
Los
Fabricantes
de Cigarrillos
en la
Argentina
1850-1920
Segunda
Edición
Pioneros del
Tabaco
A. Butera

PIONEROS DEL TABACO

Segunda Edición

LOS FABRICANTES DE CIGARRILLOS EN LA ARGENTINA 1850-1920

Título:
PIONEROS DEL TABACO
LOS FABRICANTES DE CIGARRILLOS EN LA ARGENTINA 1850-1920
Segunda Edición

Autor:
ALEJANDRO BUTERA

Autor de la versión original: Alejandro Butera

Agencia Argentina ISBN, Cámara Argentina del Libro

Butera, Alejandro. Pioneros del Tabaco - Los Fabricantes de Cigarrillos en la Argentina 1850-1920.
Segunda edición: Bariloche, Río Negro, Argentina, abril de 2019.
1. Historia de las Tabacaleras. I. Título CDD 679.7 - Fecha de catalogación: 07/11/2012

E-Book. ISBN 978-987-33-2890-9

Versión electrónica, edición, revisión y corrección del texto por Alejandro Butera – abril de 2019.

Diseño de la cubierta: Adaptación del aviso publicitario de los cigarrillos MAUSER ARGENTINO de Testoni, Chiesa y Cía. firmado por A. Vaccari.

Alejandro Butera, alebutera@gmail.com

PIONEROS DEL TABACO

Segunda Edición

LOS FABRICANTES DE CIGARRILLOS EN LA ARGENTINA 1850-1920

Por Alejandro Butera

CONTENIDO

PALABRAS PRELIMINARES – Primera Edición

La industria del tabaco y, particularmente, la del cigarrillo, adquirió un gran desarrollo en nuestro país a partir las últimas décadas del siglo XIX. La introducción de maquinaria que permitió la automatización del proceso de fabricación favoreció el rápido crecimiento del sector, impulsando la aparición de un gran número de manufacturas que elaboraban una cantidad enorme de marcas. Simultáneamente, el perfeccionamiento de las técnicas de impresión en colores permitió la creación de marquillas con diseños notablemente elaborados y diversos.

Aunque parezca extraño, es casi nulo el tratamiento que se le ha dado en la bibliografía a los impulsores de una de las industrias más activas y modernas de aquella época. Tampoco al arte creativo que aparece tanto en las etiquetas como en las publicidades de los primeros cigarrillos ha recibido mucha atención, aun cuando en la mayoría de las ocasiones fue ilustrado por las plumas más reconocidas del momento.

Nuestro objetivo ha sido construir, desde la perspectiva de un coleccionista más que desde la de un historiador, un libro que tenga los elementos imprescindibles para introducir al lector al mundo de las antiguas marquillas de cigarrillos, a través de una descripción visual y textual de lo producido por nuestros *Pioneros del Tabaco*. En lo posible hemos tratado de evitar una mera presentación secuencial de datos e ilustraciones, al estilo de un manual o un catálogo, y dotamos a este manuscrito de numerosos hechos históricos que, esperamos, atrapen el interés del lector. Como bien dice el refrán una imagen vale por mil palabras, pero es justo agregar que muchas historias solo se pueden contar utilizando la palabra escrita. La conjunción imagen-texto es la vía de comunicación ideal para acercarles a los coleccionistas, y también a aquellos que no lo son, esta pequeña parte de la historia primigenia de la industria nacional del cigarrillo.

Como coleccionistas apreciamos el dato fiel que nos informa sobre los orígenes de tal o cual marca, pero fundamentalmente queremos observar, apreciar, palpar, sentir el objeto de nuestro deseo, que la mayoría de las veces no es oscuro, sino todo lo contrario. *Pioneros del Tabaco*, por lo tanto, está centrado principalmente en el origen de las fábricas que produjeron las distintas marcas comerciales, en sus marquillas y la publicidad que las hizo reconocidas. Tampoco hemos dejando de lado el aspecto político y social ligado a la industria del tabaco, y en varios casos hemos incluido historias e imágenes que nos permiten comprender el contexto político-social local, regional e internacional de hace más de un siglo. De esta forma es posible comprender las razones que impulsaron a los tabaqueros a escoger los diversos nombres de sus marcas y al público a preferir unos cigarrillos sobre los de la competencia.

Los datos e imágenes para esta obra las obtuvimos de numerosísimas fuentes, como puede verse en las más de cuatrocientas referencias que aparecen al final del libro. Parte del material aquí presentado se ha basado en el libro *Manuel Malagrida* escrito por Juan José Ruiz, y por eso se le ha otorgado una extensión importante a la historia personal de este tabaquero catalán y sus famosos concursos de carteles publicitarios. Las marquillas, avisos y certámenes realizados por las otras manufacturas, algunas más antiguas e importantes que la de Malagrida, se presentan con una extensión más limitada, de acuerdo al material histórico y gráfico que fue posible recabar. Posse, Durán, Canter, Piccardo, Oneto, León, Méndez de Andés, Dirube, Rodríguez y D´Amico, Hormann, Somay, Busto, Didiego, Testoni y Chiesa, Bernárdez, Melchers, Ariza, García y Regueira, Martínez, Daumas, son unos pocos de los muchos apellidos pioneros que contribuyeron al desarrollo de la industria del cigarrillo en nuestro país.

A lo largo del libro se discuten frecuentemente los símbolos iconográficos utilizados tanto en los diseños de las marquillas como en sus publicidades. En este aspecto el rol de la mujer es casi excluyente, con un uso habitual del glamour y la sensualidad femenina por todos los fabricantes de cigarrillos. En menor medida podemos encontrar en las etiquetas y en los avisos comerciales a los próceres de la historia (tanto argentina como internacional), los niños y los nombres asociados con hechos costumbristas y de la vida diaria.

A medida que recorran las páginas de *Pioneros del Tabaco* encontrarán imágenes de marquillas, avisos, publicidades, artículos periodísticos, afiches, premios, figuritas, cupones, etc. También hallarán las reproducciones de verdaderas obras de arte ligadas a los certámenes organizados por los cigarrillos PARÍS, junto con el abundante material gráfico fruto de decenas de concursos. Verán que aparecen etiquetas y publicidades muy coloridas y elaboradas, realizadas con técnicas de cromolitografía de ocho o más colores, junto a simples avisos monocromos. Podrán encontrar las marcas más famosas de la época con otras ignotas, pero no por ello menos valiosas. Aparecerán anuncios de concursos de todo tipo, color y sabor, que durante algunas décadas sirvieron para atraer la atención de los fumadores, imponer una marca sobre otra y fomentar la formación de verdaderas organizaciones dedicadas a participar en estos certámenes. En la mayoría de los casos las imágenes están acompañadas de un comentario que explica el origen del nombre de la marca o de la ilustración que aparece en la etiqueta, para dar una idea de la diversidad de tópicos involucrados en la industria del tabaco.

Muchas marcas y fabricantes han quedado fuera de *Pioneros del Tabaco*, que está dedicado al período que comienza aproximadamente en 1880 y finaliza en 1920. Aun limitándonos a esos 40 años, la cantidad y variedad de marquillas que se produjeron fue tan enorme que cualquier selección que se realice sería incompleta para incluirla en un número acotado de páginas. En los casos de algunas manufacturas que perduraron más allá de la segunda década del siglo XX, hemos extendido temporalmente el relato para brindar una descripción más abarcativa y coherente.

En el libro *Manuel Malagrida*, escrito en 1993, se comenta que una gran parte de la información histórica de nuestro país relacionada con el tabaco y la industria del cigarrillo se ha perdido. Como muestra de la poca importancia que se le dio a nuestra cultura histórica, allí se menciona la paradoja que la mayor colección de obras sobre el Gaucho Argentino se encuentra en la Universidad de California.

Pasaron algunas décadas y la forma de buscar información cambió totalmente. Desde una computadora hoy es posible tener acceso instantáneo a cantidades inimaginables de datos sobre prácticamente cualquier tema. En la búsqueda de material para armar *Pioneros del Tabaco* fue necesario recurrir a publicaciones periódicas de fines del siglo XIX y principios de siglo XX.

Lamentablemente los principales periódicos argentinos de esa época aún no están disponibles libremente en formato digital en ningún sitio oficial o particular de la Argentina. Tampoco fue posible encontrar sitios de nuestro país de donde bajar revistas antiguas (a excepción de la revista *Don Quijote*, que lamentablemente no traía publicidad) y es muy escasa la información que puede hallarse sobre los pioneros de nuestra industria. Si bien existen algunos pocos libros, todavía no están en formato electrónico, abiertos al público en general.

El sitio del Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (www.inpi.gov.ar) tiene un buscador de la Dirección de Marcas. Lamentablemente no figuran los registros muy antiguos, ni hay imágenes de los envases, etiquetas o logotipos registrados.

La página del Boletín Oficial de la República Argentina, http://www.boletinoficial.gov.ar, tiene las publicaciones editadas desde 1895, pero el motor de búsqueda no es demasiado efectivo, ya que, por ejemplo, fue imposible encontrar el expediente 3305 del 18 de agosto del año 1898 referido a los cigarrillos CHANCHO.

Por fortuna, fuera de nuestro país hay sitios en los que es posible hallar material antiguo de libre disponibilidad. La Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España (www.bne.es) tiene la colección completa de la revista argentina *Caras y Caretas* de donde se ha tomado buena parte de la información y del material aquí presentado. También en Google Books hay algunos ejemplares de la revista pertenecientes a la Universidad de Virginia (USA). Del sitio de la Biblioteca Nacional de España también obtuvimos la revista *Álbum Salón* del año 1902, en donde salieron publicados los trabajos ganadores del Concurso Universal de Carteles de los cigarrillos PARÍS de 1901. Y allí también está la versión digital del semanario catalán *Ilustración Artística* de 1901, en el que Malagrida cuenta su historia como tabaquero. Este sitio posee las versiones digitales de incontables periódicos antiguos en donde, ocasionalmente, aparecía información sobre los tabaqueros españoles

emigrados a nuestro país, que fue utilizada para armar las historias de varios de los pioneros de nuestra industria del tabaco.

Otro sitio útil es el del Consejo de Cultura de Galicia, http://www.consellodacultura.org, en donde está la versión digital del *Almanaque Gallego*, una publicación anual de la comunidad gallega en la Argentina que se editó entre 1898 y 1927. Los seis volúmenes contienen más de 5000 páginas en las que pueden encontrarse muchas publicidades e, incluso, algún artículo referido a industriales tabacaleros de Galicia residentes en la Argentina.

En los sitios http://archive.org y http://openlibrary.org fue posible hallar varios libros, algunos en español y otros en inglés, que contenían valiosa información sobre la industria del tabaco en nuestro país a fines del siglo XIX y principios del siglo XX. Asimismo existen versiones digitales de algunas revistas como *El Cascabel*, *El Mosquito* o *El Tabaco*, con publicidades e información sobre cigarrillos.

También hemos utilizado ampliamente dos libros. Uno es el referente sobre los inicios de la industria tabacalera argentina: *Historia del Tabaco. Universalidad de sus Industrias y Comercio*, de Juan Domenech (1941). El otro es *Els Concursos de Cartells del Cigarrillos París*, que se editó en Barcelona con motivo de la exposición de carteles realizada en 1995; en él hay abundante información sobre Manuel Malagrida y sobre los autores de los carteles que participaron del Concurso Universal de Afiches.

El resto de la información la obtuvimos de distintos sitios de internet. Especialmente útil es la página de internet del Club de Coleccionistas de Marquillas de la Argentina (www.cpcca.com.ar) en donde hay catálogos con imágenes digitales de más de 5000 marquillas argentinas (versión 5.0, de diciembre de 2011) y datos de más de 200 fábricas. Estos catálogos se construyeron pacientemente con la colaboración de decenas de coleccionistas, tal cual se destaca en el sitio. La construcción de este libro hubiera sido imposible sin la ayuda desinteresada que brindan quienes comparten este hobby, así que desde ya agradecemos a todos los coleccionistas de marquillas de la Argentina que continuamente colaboran con CPCCA. En el sitio de internet del club también hay un completo catálogo de avisos de cigarrillos aparecidos en *Caras y Caretas* (1898-1939) elaborado a partir del material obtenido de la Biblioteca Nacional de España. Este material ha sido especialmente útil para el estudio de los vaivenes de la industria tabacalera nacional, a partir de la información que aparece en las publicidades y en los artículos periodísticos.

En los casos en que se utilizó material de libros o sitios de internet se citó la fuente o se agregó un enlace para que quede claro el origen de donde se obtuvo la información. Si bien en casi todos los casos se trata de material con más de 100 años de antigüedad, es posible que parte de esa información esté protegida con derechos de autor. Por lo tanto, si existe algún conflicto con la utilización de las imágenes o el texto que aparecen en este libro, agradeceríamos que se pongan en contacto con el autor para solucionarlo.

La realización de este libro llevó muchos años de recopilar imágenes e información de distintas fuentes y casi un año de arduo trabajo para escribirlo, corregirlo y editarlo. Sin embargo aún queda muchísimo por descubrir de la historia de los primeros tabaqueros que desarrollaron la industria argentina del cigarrillo. La simple búsqueda de esos nombres en internet generalmente arroja resultados negativos, lo que indica que todavía resta bastante por investigar y un considerable trabajo por realizar en la recuperación de nuestra herencia histórica ligada a los pioneros del tabaco.

Aquellos que deseen colaborar para enriquecer el conocimiento sobre esta área de nuestra cultura pueden ponerse en contacto con el autor. Todos los aportes son bienvenidos.

Alejandro Butera, noviembre de 2012
alebutera@gmail.com

Segunda edición de Pioneros del Tabaco

Pasaron siete años desde que apareció *Pioneros del Tabaco*, por suerte con muy buena recepción en el ámbito de los coleccionistas y del público en general. Desde que el libro fue publicado mucha gente nos contactó para comentar, consultar, y aportar nuevos datos sobre los antiguos tabaqueros de nuestro país. Con el material recopilado durante estos años decidimos encarar una segunda edición del libro para incorporar esta información.

En esta segunda edición de *Pioneros del Tabaco* hemos conservado esencialmente el mismo formato que en la primera, enriqueciendo los distintos capítulos y secciones con el nuevo material que conseguimos de distintas fuentes. Se puso énfasis en datar en forma precisa la aparición de nuevas manufacturas y sus correspondientes marcas, con la identificación de sus propietarios y el sitio en donde funcionaban, ampliando y corrigiendo algunos datos históricos que estaban incompletos o eran erróneos. Hemos incorporado un gran número de imágenes originales, tanto de marquillas como de publicidades, cupones, figuritas, documentos, medallas, etc. Se destaca el material correspondiente a principios de la década de 1880, preservado en un álbum por un ciudadano francés que vivió en Montevideo a fines del siglo XIX, y que llegó a nuestras manos a través de un coleccionista residente en Francia.

Si bien intentamos ahondar en las primitivas tabaquerías que desarrollaron su actividad antes de 1875, la información disponible es limitada y solo hemos incorporado una cantidad muy pequeña de nuevos datos. Este aspecto queda como deuda para una revisión futura.

De fundamental importancia ha sido la libre disponibilidad de la versión digital del *Boletín Oficial de la República Argentina* tomado del repositorio www.archive.org (también disponible, aunque más compleja de utilizar, en www.boletinoficial.gov.ar). Esta publicación contiene textos e imágenes monocromáticas de las solicitudes presentadas a la Oficina de Patentes de Invención y Marcas de Fábrica de Comercio y de Agricultura (luego Dirección de Patentes y Marcas) en la clase 59 (hasta agosto de 1912) y luego en la clase 21, que corresponde al rubro de Tabacos, Cigarros, Cigarrillos, Rapé, y Artículos para Fumadores (Pipas, Boquillas, Papel para Fumar, Fósforos, Encendedores, Cigarreras, Tabaqueras, Yesqueras, etc.). Estos registros son una herramienta invaluable para datar de forma fehaciente la aparición de una nueva marca y quién fue el responsable de presentar la solicitud. Durante más de 6 meses se realizó un intenso trabajo de búsqueda, adecuación de imágenes y construcción de un catálogo de marcas de cigarrillos que está libremente disponible en el sitio www.cpcca.com.ar e incluye la mayor parte de las solicitudes presentadas entre 1894 y 1947, ya que a pesar de que el *Boletín Oficial* comenzó a editarse en 1893, las versiones digitales de los primeros años tenían información incompleta de las solicitudes de nuevas marcas. Hemos incorporado en esta edición del libro varias imágenes arbitrariamente coloreadas en forma digital de marquillas cuya única evidencia disponible hasta el momento es la solicitud presentada a la Dirección de Patentes y Marcas.

La Biblioteca Nacional Mariano Moreno ha puesto en marcha un ambicioso proyecto para digitalizar parte de sus colecciones, incluyendo periódicos, revistas y libros. En el sitio de internet http://catalogo.bn.gov.ar pueden hallarse las versiones digitales de numerosas publicaciones de los siglos XIX y XX en donde aparecen publicidades de tabaco y cigarrillos. Particularmente útiles han sido *Almanaque Don Quijote, El Aspirante, La Aurora, La Broma, La Cotorra, La Montaña (Salta), El Municipio (Rosario), El Prometeo, El Sol del Domingo, La Protesta Humana* y muchos otros medios gráficos en donde aproximadamente a partir de 1875 comenzaron a aparecer tímidamente las primeras publicidades de cigarrillos. Con el gran crecimiento de la industria del tabaco, en pocos años las cigarrerías se convirtieron en uno de los principales avisadores de la mayoría de los diarios y revistas de la época. Sería deseable que un futuro no muy lejano estén libremente accesibles las versiones digitales de los principales diarios de la última parte del siglo XIX y, sobre todo, que el material disponible tenga incorporado el reconocimiento óptico de caracteres (OCR) para favorecer una búsqueda mucho más simple y rápida.

Otro sitio de internet que resultado de mucha utilidad es el del Instituto Ibero-Americano de Berlín, Alemania (https://digital.iai.spk-berlin.de). Allí puede accederse a una enrome colección digital de revistas culturales de América Latina, entre las que se encuentran las más importantes de comienzos del siglo XX como *Plus Ultra, Fray Mocho, Pebete, El Gladiador*, etc. Las publicidades de cigarrillos aparecidas en estos medios gráficos han sido catalogadas e incorporadas a la base de datos disponible en www.cpcca.com.ar.

Hemos utilizado ampliamente los sitios de búsquedas de personas www.familyseach.com, que contiene los datos censales de 1855, 1869 y 1895, además de actas de bautismo y matrimonio; y www.cemla.com el sitio del Centro de Estudios Migratorios Latinoamericano, con datos de ingreso de inmigrantes al país. La paciente búsqueda en estas bases de datos nos permitió conocer la fecha de llegada al país, el año de nacimiento, la composición del grupo familiar, el domicilio particular, y otros valiosos datos de muchos de los tabaqueros que se presentan en este libro.

Ha aparecido en 2013 el libro *Juan Posse, el Tabaquero Mitrista. Origen y Fundación de Mariano Acosta*, un excelente trabajo de revisión histórica escrito por Horacio Poggi, con quien compartimos extensas charlas sobre varios aspectos relacionados con la familia Posse y la fundación de la villa que llevó su apellido. Diversos aspectos de la vida de Posse contenían inexactitudes históricas que fueron subsanadas en esta edición. Varias de las imágenes más antiguas de las marquillas de la cigarrería POPULAR pertenecen al Museo Mitre, y fueron gentilmente cedidas por Horacio Poggi.

Durante estos años también hemos tenido contacto directo con varios descendientes de quienes iniciaron la industria del tabaco en nuestro país. Destacamos entre ellos a Carlos Malagrida e Ignacio Román Malagrida, nieto y bisnieto del creador de los cigarrillos PARÍS y residentes en Olot, España. Ignacio aportó valioso material que utilizamos en la reedición de este libro.

También queremos destacar la colaboración de personal de la biblioteca de la Universidad Nacional de La Plata por las copias digitales de los libros *Gran Concurso Universal de Carteles de los cigarrillos PARÍS* y *Los Pioneers de la Industria Nacional* y del INPI (Instituto Nacional de Propiedad Industrial) que nos facilitaron copia de los primeros registros de marcas comerciales. Lamentablemente en el INPI solo hay registros parciales de marcas recién a partir de 1901. Queda por seguir investigando si han sobrevivido registros más antiguos en algún sitio de nuestro país.

Si bien aún resta mucho por descubrir de la historia de los iniciadores de la industria tabacalera en la Argentina, lentamente se van develando secretos, hasta ahora desconocidos, que nos han permitido dar un nuevo paso en la reconstrucción temporal de una de las más importantes actividades comerciales de fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Esta edición del libro tiene unas trescientas nuevas citas bibliográficas que hemos utilizado para el rescate de esta información.

Al igual que en la primera edición del libro, pueden contactarnos ya sea para realizar consultas sobre el contenido de este libro o para aportar material que permita enriquecer nuestro conocimiento sobre este aspecto de nuestra herencia cultural.

Queda para el final lo más importante, y es el agradecimiento por la continua colaboración de decenas de coleccionistas que contribuyen en la mejora del conocimiento que tenemos de las marcas de cigarrillos aparecidas a lo largo de la historia. Con estos aportes hemos logrado construir un catálogo digital con más de 15000 imágenes clasificadas y más de 700 manufacturas de tabacos registradas (a enero de 2019). Nuestro más profundo y sincero agradecimiento para todos los que desinteresadamente ayudan a que podamos llevar adelante esto que tanto nos apasiona.

Alejandro Butera, abril de 2019
alebutera@gmail.com

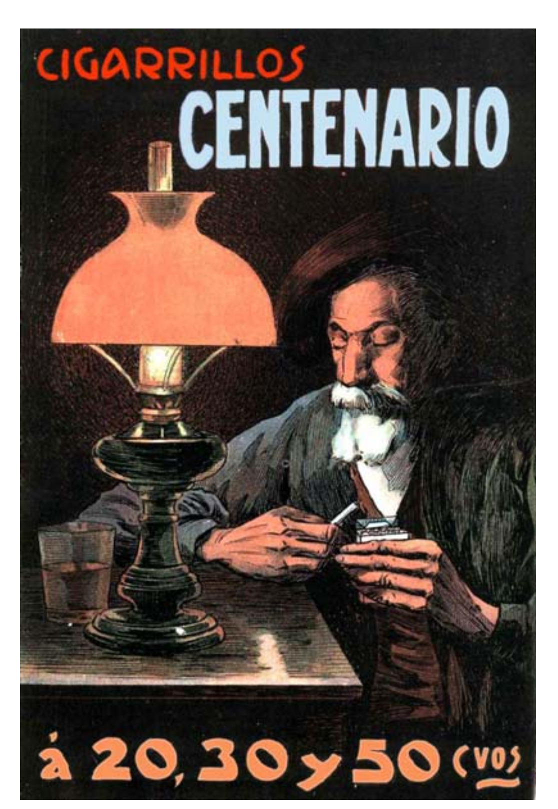
LAS FÁBRICAS DE CIGARRILLOS EN LA ARGENTINA

Decidir en qué forma y con qué orden presentar una cantidad tan grande de información sobre los primeros tabaqueros que desarrollaron sus actividades en nuestro país es una tarea extremadamente compleja. Creemos que el mero orden cronológico no es el más adecuado, debido a que cuanto más nos extendemos en el pasado, menos abundante y precisa es la información disponible. Otra opción hubiera sido presentar primero la historia de las manufacturas más importantes y luego continuar con las menos reconocidas. Este orden, sin embargo, dificultaría el entendimiento del correlato histórico que favoreció la instalación de un cuasi monopolio de la industria del cigarrillo en 1911. Por lo tanto creímos más conveniente ir desarrollando las historias de los distintos tabaqueros en forma independiente, haciendo una conjunción entre la relevancia de la firma, la perdurabilidad de sus marcas, y el momento histórico en el que comenzaron sus actividades.

A tal efecto hemos dividido este libro en cinco partes, cada una de ellas englobando a un conjunto de cigarrerías que compartían algún tipo de característica. Añadimos al final un capítulo extra para presentar otros temas ligados a la industria del cigarrillo, como por ejemplo, las condiciones laborales a fines del siglo XIX, las formas de impresión a color de aquella época, la percepción ya presente a comienzos del siglo XX de los riesgos de fumar, las guerras judiciales entre algunas firmas tabacaleras, o la íntima relación entre el cigarrillo y el tango.

La primera parte de *Pioneros del Tabaco* la hemos denominado "Las Diez Grandes" y, obviamente, se refiere a las manufacturas de cigarrillos más importantes del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Algunas se destacan por haber estado entre las que iniciaron esta actividad en la Argentina y perduraron en el tiempo, otras por su suceso comercial, por la espectacularidad de su estrategia publicitaria, por las innovaciones industriales que introdujeron, por los fabulosos premios que entregaban, o por el poder arrollador de su dinero. Elegir diez fue absolutamente arbitrario, podrían haber sido algunas más o menos, pero nos parece el número ideal para destacar a las manufacturas que efectivamente marcaron una época.

El primer industrial que presentaremos en este capítulo es Manuel Malagrida, con sus manufacturas La Invencible y El Telégrafo. Malagrida probablemente haya sido el tabaquero más reconocido de la época, no tanto por la calidad o las ventas de sus productos, sino por la forma en que los publicitaba. Sus concursos de afiches de los cigarrillos PARÍS quedarán para siempre como un ícono, no solo local sino mundial, de la forma de llevar adelante una campaña publicitaria. Buena parte de estos afiches son verdaderas obras de arte y se conservan en el Museo de la Garrotxa en España, conformado una de las colecciones de carteles publicitarios modernistas más importantes de Europa.



Juan Posse y su cigarrería La Popular, luego Compañía General de Tabacos, aparece en segundo lugar. En este caso se conjuga una cigarrería muy antigua con una marca de mucha venta y también campañas publicitarias y concursos originales. La Compañía General de Tabacos generó un excepcional interés en los fumadores a través del canje de marquillas por terrenos para viviendas y fue la fundadora de las "Villa Posse" de Buenos Aires, Rosario y Córdoba. Posse se destacó también por exaltar la figura del general Bartolomé Mitre, incluyendo su retrato en casi todas sus marquillas e incluso creando una marca con su nombre.

La Sin Bombo, de Domingo Canter (padre) y Juan Canter (hijo) se promocionaba como la fábrica de cigarrillos más antigua del país y, aunque no sea estrictamente cierto, la familia Canter fue sin dudas la pionera en el desarrollo de la industria tabacalera. Algunas de sus marcas perduraron muchos años después de que la fábrica original hubiera desaparecido, demostrando el arraigo y fidelidad que habían logrado entre los fumadores.

Los hermanos Manuel y León Durán llevaron adelante a La Proveedora, que en algún momento fue la mayor fábrica de cigarrillos y tabaco del país y de Sudamérica. También fue pionera en introducir innovadores procesos industriales que permitían aumentar la calidad y cantidad de la producción de productos de tabaco. Los cigarrillos VUELTA ABAJO también sobrevivieron a los avatares de los negocios entre tabacaleras y han quedado como una de las marcas emblemáticas de principios del siglo XX.

La Hija del Toro, de José León, es una de las cigarrerías más antiguas del país. Fabricó los populares cigarrillos del mismo nombre que, en su variedad denominada BRASIL, fueron vendidos hasta 1970.

Manuel Méndez de Andés y su sobrino homónimo fueron quienes desarrollaron La Abundancia, que se destacó por ser una de las primeras tabacaleras en publicitar intensamente sus productos en los distintos medios gráficos de la época. Fabricante de los acreditados cigarrillos EXCÉLSIOR, Manuel Méndez de Andés es prácticamente el único tabaquero que fue honrado con el nombre de una calle en la Ciudad de Buenos Aires.

Pedro Somay y luego Fermín Subízar, ambos inmigrantes españoles como buena parte de los tabaqueros que iniciaron esta actividad en nuestro país, fueron quienes llevaron adelante durante varias décadas a la cigarrería La Vencedora. Entre muchas otras marcas elaboraron los cigarrillos SPORTSMEN desde fines del siglo XIX, otro nombre decano que seguramente está en el recuerdo de coleccionistas y antiguos fumadores.

La rosarina Fábrica de Tabacos al Vapor La Suiza, de los ítalo-suizos Testoni y Chiesa, fue la fábrica del interior del país que logró mayor éxito a nivel nacional, superando con las ventas de sus cigarrillos MONTERREY a muchas firmas establecidas en Buenos Aires. Se destacó por sus numerosas publicidades a todo color que caricaturizaban a los políticos del momento para ganar el favor de los fumadores.

La tabacalera de Juan Oneto y Juan L. Piccardo comenzó, como tantas otras, con muy humildes orígenes en 1898 para transformarse solo veinte años después en la empresa cigarrera más poderosa de la Argentina. Su marca EL 43 es la más longeva del país, y una de las más antiguas del mundo, aún vigente con el nombre 43/70. Piccardo fue una de las pocas fábricas que pudo resistir al poder económico de la Compañía Argentina de Tabacos.



La Compañía Argentina de Tabacos (o simplemente la C. A. T.) también era conocida como "el trust" debido a que prácticamente monopolizó el mercado del tabaco y los cigarrillos en la Argentina en la década de 1910. El poder de la libras esterlinas de los capitales especulativos ingleses se hizo de veinte de las principales manufacturas de tabaco entre 1911 y 1912 con el objetivo de dominar el mercado local. El mal manejo empresarial originó la venta de la C.A.T. a su archirrival Piccardo y Cía. en 1920 y marcó el fin de la época dorada en lo que se refiere a la cantidad, calidad y diversidad de marcas comerciales de cigarrillos.

La segunda parte de este libro está dedicada a los primeros tabaqueros que comenzaron con modestísimos recursos a levantar una de las industrias más pujantes de fines del siglo XIX. La Cigarrería del Toro, fundada por Miguel Gómez en 1843, es la más antigua fábrica de cigarrillos de la que se tiene conocimiento. Muy pronto se sumaron nombres como José Daumas, José San Marco, Donato Didiego, Eliseo Pineda, la familia Brisson, Constantino Bolón, José M. Busto, Emiliano Estrada, Ángel Villagrán, los hermanos Ghigliassa, Francisco Olivero, José Antonio Alonso, Gerónimo Etchart, la Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo y varios más. Estos cigarreros han estado quizás un escalón debajo de quienes ya hemos mencionado, pero igualmente su contribución a la creación y el desarrollo de la industria del tabaco en la Argentina ha sido de suma importancia. También en este grupo está la firma La Capital, fundada por Bernardo Dirube (padre) y luego transferida a Enrique Martínez, dueña de los cigarrillos REINA VICTORIA, otra de las pocas marcas argentinas casi centenarias.

Un tercer conjunto de cigarrerías, formadas casi todas entre 1896 y 1915, entran en la calificación de "Tabaquerías de Entresiglos". Claramente, la más destacada de este grupo es la Compañía Nacional de Tabacos (luego Compañía Nobleza de Tabacos), sucursal local de la British American Tobacco, que avanzado el siglo XX fue desplazando lentamente a Piccardo del liderazgo de las ventas de cigarrillos, para terminar fusionándose en Nobleza-Piccardo a fines de la década de 1970 y transformarse en British American Tobacco Argentina en 2016.

También se destaca en este grupo la cigarrería La Argentina de Pedro Massalin y José Celasco quienes comenzaron con un modesto negocio de tabacos y cigarros en 1900. A mediados de la década de 1960 se vendieron los activos a la multinacional tabacalera Philip Morris y unos años más tarde se fusionaron con las manufacturas Particulares e Imparciales, siempre con un paquete accionario dominado por Philip Morris. Massalin-Particulares ha logrado llegar al siglo XXI como la tabacalera número uno en ventas de la Argentina.

Otras fábricas destacadas de este capítulo son la Manufactura de Tabacos El Día de Francisco Bernárdez, acreditada por sus cigarrillos REVOLUCIÓN que recuerdan a la Revolución del Parque de 1890. La cigarrería La Generosa de Rodríguez y D´Amico fue reconocida por sus cigarrillos DIVA, BARRILETE y VENUS. Otto Melchers fue un inmigrante alemán que se dedicó al rubro del tabaco dándole renombre a la marca TRES CORONAS, de muy buena venta en la primera década del siglo XX. La cigarrería El Siglo XX de García y Regueira tuvo un excepcional éxito con su marca SIGLO XX, promotora de originales concursos en las revistas de la época. YOLANDA fue la marca más reconocida de la tabaquería de Federico Hormann, otro inmigrante alemán que se dedicó al rubro del tabaco. José María Ariza fundó la manufactura La Favorita que será recordada por sus cigarrillos RICO TIPO y 33 ORIENTALES y por los concursos que repartían tierras a cambio de marquillas. Describimos además a la Compañía Tabacalera Argentina, una sociedad anónima concebida por industriales tabacaleros chilenos, que contó con la participación de accionistas pertenecientes a la aristocracia porteña, en claro contraste con la gran mayoría de las fábricas que crecieron de la nada a partir del trabajo duro de pobres inmigrantes.



En el cuarto capítulo hemos reconocido a las cigarrerías que se desarrollaron en el interior del país. Si bien la amplia mayoría de las grandes manufacturas estuvieron radicadas en la Ciudad de Buenos Aires, en el resto del país funcionó una cantidad significativa de pequeñas y medianas fábricas que elaboraron un número importante de marquillas. Provincias como Salta, Córdoba, Buenos Aires, Santa Fe, Entre Ríos, Tucu-

mán, Mendoza vieron nacer a muchas tabacaleras que, en algunos casos, llegaron con sus productos hasta la capital argentina.

El quinto capítulo lo reservamos para un conjunto de fábricas relativamente modestas, pero que produjeron marquillas más que interesantes, ya sea por su diseño o por un circunstancial éxito de ventas. Detallamos, por ejemplo, cómo fue la introducción de los cigarrillos llamados orientales, típicamente elaborados con tabacos turcos y egipcios, en la década de 1880. En cada caso hay interesantes historias y anécdotas que ilustran la forma en que se fue desarrollando el comercio del tabaco en la Argentina.

Para tener una idea cabal de lo que significó la industria tabacalera en los inicios del siglo XX reproducimos a continuación la traducción de un breve texto que apareció en 1912 en un libro estadounidense[1] sobre el desarrollo comercial de la República Argentina.

Más de 1.000 fábricas de tabaco se registran en la República Argentina, lo que representa un capital total de unos 10 millones de dólares en oro. Todas estas fábricas usan moderna maquinaria, importada desde Inglaterra, Alemania y Francia. Una enorme cantidad de fábricas de cigarrillos se ha establecido principalmente en la ciudad de Buenos Aires, adquiriendo algunas de ellas un importante desarrollo. ***Se podría decir que ningún otro país produce tantas marcas diferentes de cigarrillos como la República Argentina, siendo este negocio realmente fabuloso.*** *Este hecho debe tenerse en cuenta por los fabricantes y exportadores de maquinaria empleada en la fabricación de puros y cigarrillos.*

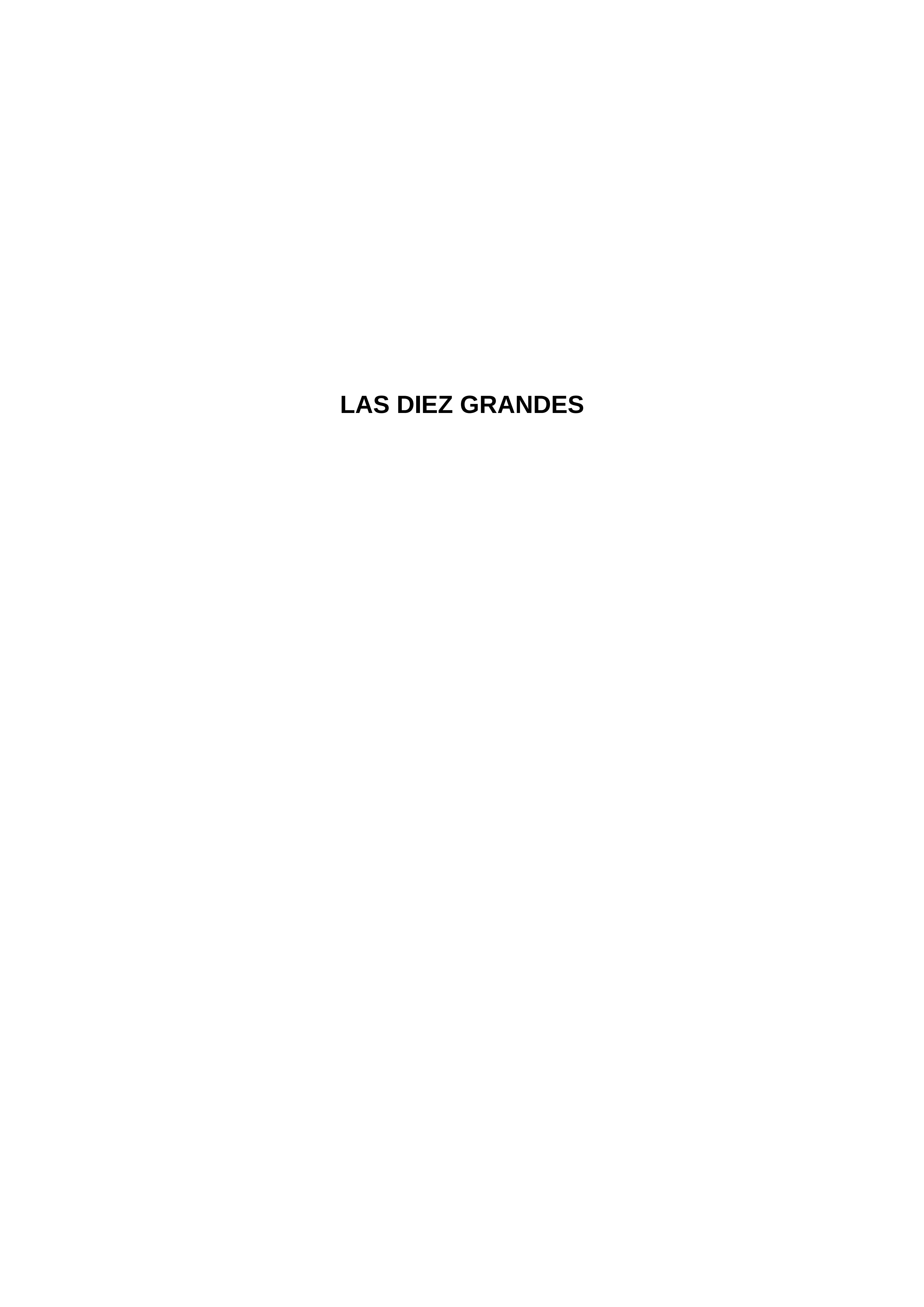
El texto resaltado en negrita, posiblemente algo exagerado, es más que elocuente para comprender la dimensión adquirida por esta industria a comienzos del siglo XX. Diversos hechos históricos, entre ellos el ya mencionado ingreso de capitales especulativos ingleses a través de la Compañía Argentina de Tabacos, lamentablemente revirtieron esta situación y tendieron a monopolizar el mercado con la consiguiente disminución en la cantidad y variedad de las marcas comerciales.

Volviendo al siglo XIX, en 1855 se publica[2] una guía comercial en donde aparecen 31 establecimientos que se dedican al comercio de tabaco, cigarros y cigarrillos. En ella ya hay algunos nombres conocidos como Miguel Gómez, Francisco Olivero o Antonio Marengo. Casi una década después, en 1864, el número de cigarrerías se eleva[3] a 49. En el anuario comercial[4] de 1880 ya llega a 113 el número de compañías dedicadas al rubro del tabaco y sigue incrementándose con el paso de los años. Hacia fines del siglo XIX el número de pequeñas y grandes fábricas de tabaco, cigarros y cigarrillos en la Argentina era de varios centenares. En una publicación de 1895 de la Unión Industrial Argentina se citan unas 30 manufacturas de cigarros y cigarrillos, en algunos casos con una amplia descripción e incluso fotografías.[5] Otra publicación, en este caso del gobierno norteamericano[6] de 1897, enumera una amplia lista de cigarrerías, importadores y distribuidores de productos de tabaco en nuestro país. El recuento es incluso limitado (hay varias ausencias notables, como por ejemplo la de Malagrida) y en el mismo directorio se informa que se puede obtener por pedido especial una lista completa de 250 cigarrerías y fábricas de cigarros.

A modo de ejemplo reproducimos el listado correspondiente a los establecimientos asentados en la Ciudad de Buenos Aires (en donde estaba concentrada la mayoría de las fábricas) y en Rosario a fines del siglo XIX. En otras páginas de la publicación estadounidense de 1897 también se mencionan manufacturas de provincias del país como Buenos, Aires, Santa Fe, Córdoba, Tucumán, Salta, Misiones y Mendoza. Hemos resaltado en negrita a las firmas de las cuales tenemos información certera de su existencia y de las marcas que produjeron. Del resto no poseemos ningún tipo de información, por lo que se desconoce si fueron fabricantes, importadores, distribuidores, o simplemente pequeñas cigarrerías de elaboración artesanal. Como puede observarse, es relativamente pequeña la fracción de manufacturas reconocidas, lo que implica que resta aún mucho trabajo por realizar para conocer en profundidad cómo nació y se desarrolló la industria del cigarrillo en nuestro país. Esperamos, sin embargo, que al recorrer estas páginas el lector vaya descubriendo la forma en que un grupo de pioneros logró forjar una de las actividades industriales y comerciales más pujantes de fines del siglo XIX y principios del XX.

CIUDAD DE BUENOS AIRES (1895-1897)
Alemán y Cía., Lima 345.
Álvarez Nava y Carrera, Moreno 731.
Arostegui Hnos. y Cía., Belgrano 2371.
Arzeno y Cía., Comercio 1578 y Piedras 74.
Baladia Jesús y Cía., Tacuari 86.
Barruti Martinez A. y Cía., Rivadavia 2102.
Bemberg Otto y Tomas Devoto, Garay 737.
Bernárdez Francisco, Paseo de Julio 656.
Bolón Constantino y Cía., Rivadavia 1012, y Belgrano 2349.
Botti E., Defensa 321.
Brambilla cónyuges, San José 1556, Cangallo 640.
Brisson Henry, Chacabuco 180 y Belgrano 2422.
Buhigas Ramón A., Maipú 272.
Busto José M. y Cía., Libertad 673.
Caligaris y Terzano, Corrientes 1812.
Canter Juan, Defensa 144, Perú 75.
Carrasco Francisco S. y Cía., Garay 1465.
Carril y Hevia, Lorea 142.
Collazo Manuel Ma., Corrientes 2083.
Dabat A. y Cía., Suipacha 390.
Delfino Aurelio G. y Cía., Belgrano 523.
Didiego Hnos. y Cía., San José 1556.
Dirube Bernardo y Cía. Piedad 1459.
Dupré José Antonio, San Martin 274.
Durán Manuel, Piedad y Artes.
Fábrica Nacional de Tabacos, "El Telégrafo" Castelli 241, Cerrito 33.
Fernandez Benito D., Chacabuco 651.
Fossatti Félix, Rivadavia 2280.
Fuster Manuel, Tucumán 857.
García Celis y Cía., Maipú 17.
García de Leaniz L. y Cía., Alsina 541.
García Francisco, Córdoba 1129.
González José, Alsina 1521.
Guerra J. Stewart y Cía., Brasil 2475.
Guridi Felipe, Salta 459.
Izquierdo A. y Cía., Corrientes 2367.
Juister J. W. G., Corrientes 626.
Krauel Augusto, Aráoz 3440.
La Rocha y Cía., Rivadavia 2600, Florida 4 y Bolivar 115.
León José y Cía., Cangallo 932 y Alsina 1050.
León Salvador y Cía., Rivadavia 1549.
Llampallas Jaime, Piedad 3412 y Rivadavia 512.
Lloverás Jaime y Cía., Victoria 530-34.
Loureiro Ubal y Cía., Rivadavia 938.
Mackinnon E. y Coelho, Suipacha 332.
Maers Adolfo, Libertad 529.
Maers y Fischbein, San Martín 272 y Lavalle 1214.
Marimón Ignacio, Buen Orden 963.
Martínez José Manuel, Suipacha 1102.
Mato Joaquín, Chile 502.
Méndez de Andes M., Rivadavia 892 y Europa 2139.
Morgan Guillermo, Piedad 378.
Nadelman S., Cerrito 421.
Nirenstein J. y Cía., Corrientes 681.
Novas Ramón, Cerrito 300.
Otero y Cavalleri, California 1214.
Pérez Alen S. y Cía., Maipú 16-20.
Pech A. y Cía., Cangallo 679.
Peco Ángel y Hno., Bolivar 1748.
Peñalva Francisco, Defensa 225.
Philibine Hnos y Cía., Cuyo 1308.
Pineda Eliseo, Rivadavia 2276.
Posse Juan y Cía., Méjico 3486, Piedad 2159 y Rivadavia 1122.
Prieto Antonio V., Belgrano 2510.
Quidiello Severino, Corrientes 692.
Ribas y Piuma, Caridad 49.
Sánchez Hnos., Vieytes 1453.
San Marco, Laurent y Jamardo, Alsina 1323.
Santistevan Nazario, Victoria 1130.
Santos Francisco y M., Venezuela 767.
Seoane y García, San Martin 589.
Silva A., Montes de Oca 1412.
Silva José y Hno., Sta. Adelaida 380.
Silva Manuel, Constitución 1279.
Somay Pedro S., Moreno 700, fábrica: Santiago del Estero 1963.
Sonto Francisco, Corrientes 2132.
Steenken Adolfo & Co., Victoria 556.
Tobal E. Silveria, Sgo. del Estero 176.
Uhthoff & Lago, Florida 9.
Villalba Adolfo, Florida 2.
Villalba Emilo & Co., Belgrano 553.
Zabini Tito, Jujuy 1399.
Zozaya Francisco & Co., Bolivar 1722.

ROSARIO (Capital).
Bassini Hugo, Aduana 764.
Chozas, Urtubey y Cía., San Martin 174.
Demmi Francisco, San Martin 950.
Faggi Leopoldo, Corrientes 1360.
Forte José, Progreso 1200.
Grassi y Francioli, San Martin 825.
Magariños Andrés, Libertad 447.
Nogués Narciso, San Luis esq. Paraguay.
Talavera J. M., San Martin 316.
Testoni, Chiesa y Cía., Urquiza 252.



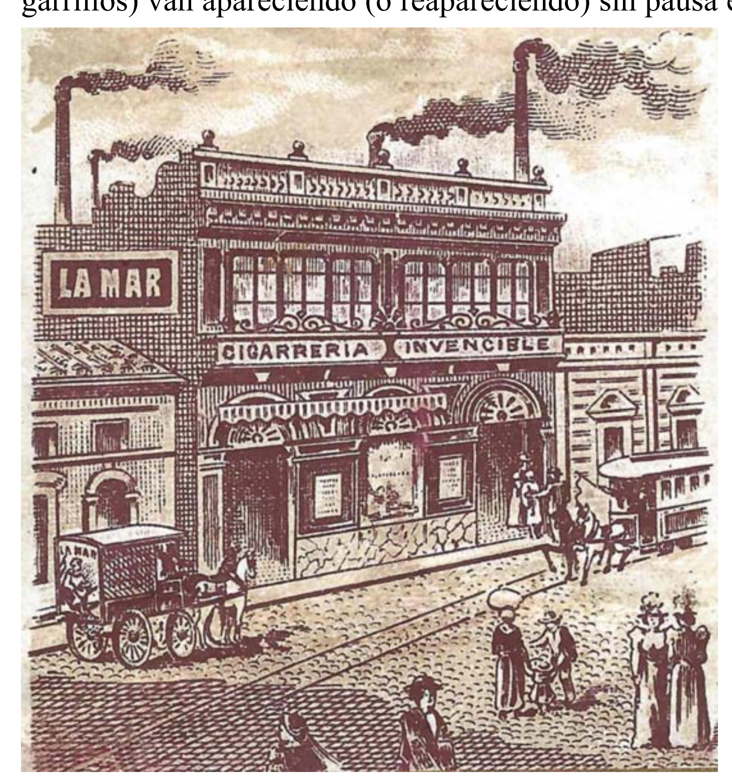
LAS DIEZ GRANDES

Manuel Malagrida, un catalán en PARÍS



Manuel Malagrida i Fontanet fue un español nacido en la ciudad catalana de Olot el 20 de abril de 1864.[7] Su bisabuelo, cuyo apellido original era Mallacrida, había emigrado de Italia hacia España a fines del siglo XVIII.

Con solo 16 años Malagrida dejó Olot y se marchó a Barcelona a trabajar en una ferretería. En 1887 se traslada a París en donde comienza su relación con el mundo industrial, particularmente sirviendo de guía a los españoles que visitan la Exposición Internacional de 1889. Sin embargo, luego de una residencia de tres años en París, en 1890 decide emigrar hacia la Argentina en busca de fortuna, embarcándose en el vapor Nertha.[8] Pasa sus primeros seis meses en la ciudad de Córdoba trabajando como dependiente de un paisano catalán y luego se traslada a Buenos Aires para trabajar en la fábrica de tabacos de Pedro S. Somay. Allí adquiere los conocimientos necesarios para crear en 1892 una pequeña tabaquería propia en el centro de la ciudad, que se transforma en fábrica en 1895 con el pretencioso nombre de La Invencible y un edificio propio situado en la calle Esmeralda 240-258. Ese mismo año registra su primera marca comercial, ANIMAL. De allí en más su empresa empieza a crecer sostenidamente y va registrando y lanzando al mercado algunas marcas propias y otras adquiridas a terceros: SORPRESA, INVENCIBLES, LA MAR, PARÍS, LOS FINOS, MORO, DANDY, DANDICITO, SPORT, PARISIEN, SI, GUIDO SPANO, VIVA CUBA ESPAÑOLA (en papel para cigarrillos) van apareciendo (o reapareciendo) sin pausa entre 1896 y 1902. Con el comienzo del nuevo siglo la fábrica La Invencible, junto con el nombre y las marcas comerciales adquiridas a la manufactura El Telégrafo el 5 de enero de 1899,[9] pasa a ser una de las más importantes de la Argentina. Según su propia publicidad, en 1901 fabricaba 30 millones de cigarrillos por mes, 10 millones más que la segunda manufactura del país.[10]



El retrato de la izquierda corresponde a Manuel Malagrida alrededor de 1900 y fue tomado del artículo sobre el concurso de los cigarrillos PARÍS que apareció en el semanario catalán *Ilustración Artística*.[11] El retrato de Malagrida, ya anciano, fue realizado por el artista Víctor Moya i Calvo[12] en el año 1959. Debido a sus múltiples contribuciones a la comuna, Malagrida fue nombrado Hijo Predilecto de Olot en octubre de 1913 e Hijo Ilustre en septiembre de 1957. En el centro está el retrato de su joven esposa Teresa Pons y Pullas.[13]

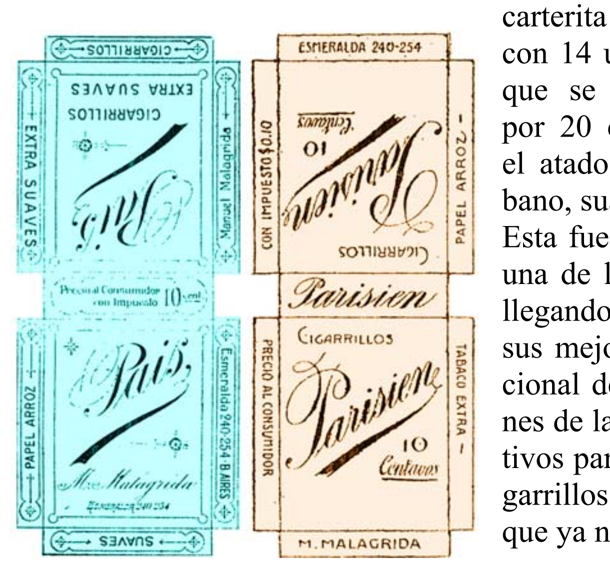
A partir de 1902 Malagrida comenzó a viajar asiduamente a España, y en 1903 contrajo matrimonio con Teresa Pons y Pullas, argentina de origen catalán de 19 años de edad, con quien luego se estableció en Barcelona. En 1905 se asoció con la firma de José Álvarez y Cía. y empezó a tener menor responsabilidad en los negocios. En 1910 realizó su último viaje a la Argentina y se radicó definitivamente en España. Había acumulado una considerable fortuna en sus años de apogeo y tuvo la habilidad de invertirla en forma exitosa, por lo que pudo vivir sin sobresaltos hasta su muerte en 1946. En su ciudad natal se transformó en el arquetipo del inmigrante que vuelve rico de América y fue una especie de mecenas que contribuyó en forma desinteresada al progreso de su pueblo.

Malagrida siempre demostró su profundo agradecimiento hacia la Argentina. Por ejemplo, donó una casa para el funcionamiento del consulado y la cámara de comercio hispano-argentina en Barcelona. También organizaba agasajos a los oficiales de las fragatas argentinas cuando llegaban al puerto catalán. Su casa de Barcelona tenía a Cristóbal Colón y Bartolomé Mitre en el frente, además del Águila de los Pirineos y el Cóndor de los Andes, dos bustos de mujer evocando a España y a la Argentina y una representación de Hermes, el dios del comercio.



El idioma, la moda, el perfume, la música y demás costumbres francesas de fines del siglo XIX eran consideradas en estas tierras como obligatorias entre la gente refinada.

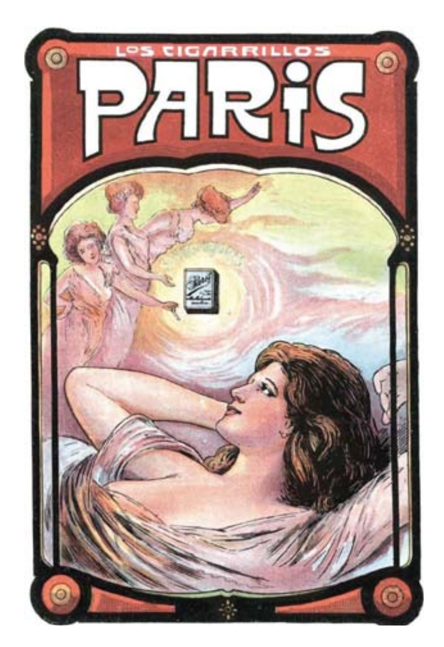
París, especialmente, ejerció un magnetismo muy particular hacia los argentinos. La ciudad de la Torre Eiffel era el primer y último deseo de los argentinos pudientes; allí todo era maravilloso, refinado y elegante. Malagrida vio más allá que sus competidores y supuso, muy acertadamente, que el nuevo siglo iba a encontrar a la Ciudad Luz en el centro del interés mundial. Es así que en septiembre del año 1900 inscribe en la Oficina de Patentes y Marcas la marca de cigarrillos PARÍS bajo el número 8514. Esta marca originalmente había sido registrada en 1897 con el nombre PARÍS EN 1900, pero llegado el nuevo siglo se consideró que era conveniente recortar el nombre. Los cigarrillos PARÍS venían en formato de carterita con 14 unidades que se vendían por 20 centavos el atado. Se los presentaba como cigarrillos de tabaco habano, suaves y armados con papel tipo arroz.

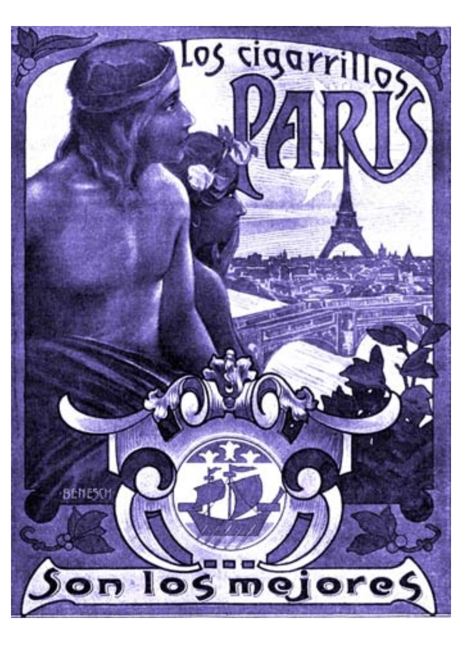


Esta fue la marca emblemática de la fábrica de Malagrida y una de las de más consumo en el país durante varios años, llegando a vender casi dos millones de atados mensuales en sus mejores épocas. La imagen corresponde al diseño tradicional de la marca. En 1902 encontramos en las publicaciones de la Oficina de Patentes y Marcas dos registros consecutivos para las versiones económicas de 10 centavos de los cigarrillos PARÍS y de su prima cercana PARISIEN.[14] Notar que ya no se los presenta como cigarrillos de tabaco habano.

Además del diseño tradicional existieron otras marquillas de prueba de los cigarrillos PARÍS que desconocemos si alguna vez llegaron a venderse. A modo de ejemplo la etiqueta de la izquierda es una cromolitografía realizada con 10 colores por la imprenta La Nueva Artística de Alejandro Bianchi. Posee una ventana oval para ilustración, probablemente de algún rostro femenino y una segunda ventana en donde solía aparecer una descripción de las bondades del producto.

Los concursos de carteles publicitarios para los cigarrillos PARÍS del año 1900 y, especialmente, el internacional de 1901 en el que participaron artistas mundialmente famosos, impulsaron notablemente el reconocimiento popular de la marca. Pero fue sin duda la continua presencia del nombre de la capital francesa en todos los medios publicitarios de la época lo que hizo que rápidamente ganara el favor de los fumadores. Para tener una idea del dinero invertido en propaganda por Malagrida, podemos mencionar que solo en *Caras y Caretas* aparecieron unos 200 avisos de los cigarrillos PARÍS entre 1900 y 1903, generalmente en las partes más caras de la revista. A modo de ejemplo, en la parte inferior izquierda[15] vemos una de las tantísimas publicidades de los cigarrillos PARÍS aparecidas en *Caras y Caretas*, y en varias revistas de la época entre 1900 y 1908, con una sensual dama deseando fumar los mejores cigarrillos. En el centro tenemos otro aviso gráfico[16] de principios del año 1908. Para esa época Malagrida ya había formado una sociedad con otros tabaqueros y la firma operaba bajo el nombre de Álvarez y Cía. Los PARÍS, como tantas otras marcas, habían sido reformados para evitar las falsificaciones que se producían en los productos de mayor venta.





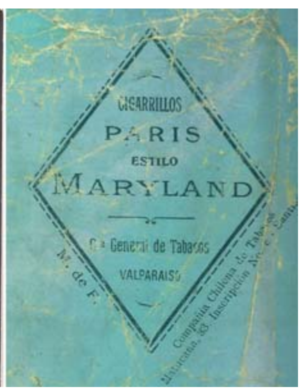


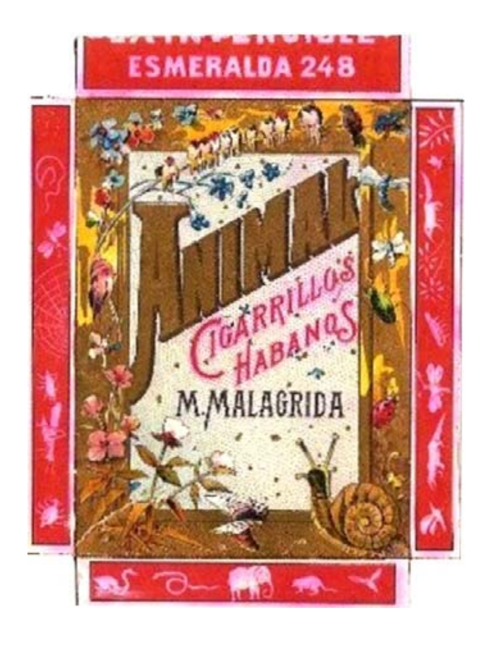
Según se observa en el dibujo, la nueva marquilla fue diseñada por Francisco Benesch (quien había obtenido dos premios en el segundo concurso de afiches de la marca) y representa la figura de una pareja de indígenas mirando hacia la Ciudad Luz, y en el fondo la torre Eiffel que ilumina la escena. En la otra cara de la marquilla aparecía un gallo, símbolo icónico de la nación gala. Por último podemos apreciar el aviso publicado con motivo del décimo aniversario[17] de “los invencibles cigarrillos PARÍS”, en 1908, cuando ya aparecían en una nueva versión de 30 centavos. Si bien aún gozaban de cierta popularidad, hacia 1910 las publicidades de PARÍS habían sido reemplazadas en las revistas de la época por otras marcas de la firma Álvarez y Cía.

El éxito notable de los cigarrillos PARÍS en la Argentina llevó probablemente a que otras tabacaleras de Sudamérica intentaran reproducirlo en sus respectivos países. En Paraguay, por ejemplo, la cigarrería La Vencedora, fundada en 1895 por el inmigrante español Guillermo Alonso[18] y también fabricante de otras marcas argentinas históricas como SUBLIMES, REINA VICTORIA, MAUSER, CENTENARIO, 45 o COLORADO, produjo a principios del siglo XX su propia versión de PARÍS. En Bolivia la Compañía General de Tabacos de La Paz, y en Chile la Compañía General de Tabacos de Valparaíso[19] (Compañía Chilena de Tabacos desde 1909, tras la fusión impulsada por el español Fernando Rioja) también tuvieron sus versiones autóctonas de los cigarrillos PARÍS, como puede observarse en las respectivas imágenes.
Promediando la primera década del siglo XX el trust inglés que había adquirido las marcas de Malagrida priorizaba la publicidad de otras marcas, por lo que los cigarrillos PARÍS habían caído en sus ventas y prontamente dejaron de fabricarse. Fueron relanzados, sin mucho éxito, por la manufactura Piccardo entre 1930 y 1948 como marca “popular” de bajo precio.









Si bien Malagrida fue sinónimo de PARÍS, La Invencible produjo una gran cantidad de marcas de cigarrillos, propias y adquiridas a otras fábricas. Como ya mencionamos, su primera marca de relativo éxito fue la de los cigarrillos ANIMAL, registrada en el año 1895. Sin embargo, existe una resolución del Ministerio del Interior del 31 de julio de 1895 en la que se confirma la denegación[20] realizada por el departamento de Obras Públicas a la solicitud de Malagrida para registrar la marca RÍO DE ORO, debido a que ya había sido concedida a Manuel Durán. En la marquilla de los ANIMAL ya aparece la dirección de la calle Esmeralda 248 que utilizó hasta 1909, aún después de la asociación con Álvarez y Cía. El diseño, que podría ser la portada de un libro infantil, tiene todo tipo de animales e insectos, desde un caracol hasta un elefante. Prontamente otras marcas de más éxito reemplazaron a estos cigarrillos y es probable que se haya dejado de fabricar a fines del siglo XIX o principios del XX.



Posiblemente la primera marca con ventas importantes de la fábrica La Invencible haya sido LA MAR. Estos cigarrillos fueron registrados por Malagrida en junio de 1897 con el acta 6221. Venían en formato de carterita y se vendían por 10 ó 12 centavos el atado de 14 cigarrillos. En la cara principal aparecía la imagen de una marinera sentada a la orilla del mar y en la cara interna contigua la ilustración de la fábrica La Invencible. La cara posterior traía escenas típicas del mar (pescadores con sus redes, barcos navegando, marineros, etc.) y la otra cara interna también era variable, pero con otro tipo de motivos.



Para incentivar las ventas los atados de LA MAR traían un cupón, que se premiaba con el sorteo de la Lotería Nacional, y obsequiaba la nada despreciable suma de $2000 en premios (considerando que un paquete de cigarrillos económicos costaba $0.10). Además de los cupones con premios la carterita solía incluir una pequeña figurita coleccionable. Hacia 1897 aún se discriminaba el precio del producto y el del impuesto, como puede observarse en la base de la etiqueta. La marquilla "reformada" es algo posterior y con un diseño distinto para combatir las falsificaciones. Notar el rótulo de "Fábrica a vapor", índice de modernidad en tiempos en que la electricidad todavía era una curiosidad. La imagen de la dama que aparece en la cara frontal de la marquilla es similar a la ilustración del póster de publicidad de los "mejores cigarrillos de 10 centavos", aunque el diseño es mucho menos cuidado, y en este último la mujer aparece fumando. Por una cuestión de costos, las marquillas en general se elaboraban con una calidad de impresión y una cantidad de colores inferior a la que se utilizaba en los afiches de reclame. Malagrida utilizó la denominación de fábrica La Invencible para sus marcas propias, y a partir de 1899 utilizó el nombre de El Telégrafo en las marcas adquiridas a esa manufactura.





Justamente, la marca de cigarrillos MORO fue una de las originalmente manufacturadas por El Telégrafo, fábrica con talleres en la calle Castelli 241 y escritorio en Chacabuco 11. El Telégrafo había registrado la marca de cigarrillos MORO en el año 1895, el momento de más apogeo en su actividad comercial. Como ya dijimos, en 1899 Manuel Malagrida adquirió los derechos comerciales sobre las marcas y la denominación del establecimiento El Telégrafo. ¿Qué ocurrió con la poderosa Sociedad Anónima Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo, propietaria de varias de las marcas con más venta de la época, y que llegó a emplear a más de 1600 operarios sólo en la elaboración de cigarros? ¿Sucumbió debido a la presión de los recientemente establecidos impuestos internos? ¿Presentó quiebra como sociedad anónima? ¿Se fusionó con la firma de Malagrida? ¿Fue comprada por el dueño de La Invencible? Por el momento todas estas preguntas no tienen una respuesta definitiva.

Al pasar a manos de Malagrida la marquilla de los cigarrillos MORO fue rediseñada. El retrato del joven que aparece en el frente del paquete pasó de tener rasgos similares a los moros del noroeste de África en la marquilla original de El Telégrafo a características más parecidas a los africanos ubicados al sur del desierto del Sahara.

La cara posterior y las caras internas de la etiqueta fueron decoradas con distintas reproducciones de las obras premiadas en el Concurso Universal de Carteles de los cigarrillos PARÍS de 1901. Este nuevo diseño de los cigarrillos MORO fue registrado por Malagrida en enero de 1901 bajo el número 8672.

La carterita de 10 centavos que se reproduce en esta página es de la época en que la Compañía Argentina de Tabacos ya había adquirido la fábrica Álvarez y Cía. (año 1911) según puede reconocerse por la dirección de la calle Uspallata 1112. Como ya veremos, la imagen de la parte posterior de la marquilla, en la que aparecen una dama y un hombre que rema, corresponde al cartel con el título *Irredento*, realizado por el pintor italiano Leopoldo Metlicovitz, que obtuvo el segundo puesto en el concurso universal de los cigarrillos PARÍS del año 1901. El dibujo de los dos niños fumando a escondidas en una esquina fue hecho por el reconocido pintor brasileño Belmiro de Almeida, y obtuvo una segunda mención en el mismo concurso. La otra imagen de una mujer que fuma desnuda mientras abraza a un toro corresponde al cartel *Gloria*, obra del madrileño Luis Palao, quien también fue premiado con una segunda mención. De esta forma Malagrida hacía conocer al público las mejores obras de su concurso de carteles.



La segunda marquilla de los cigarrillos MORO es algo más antigua, aproximadamente del año 1907, cuando Manuel Malagrida ya estaba asociado con Álvarez y Cía. En el lateral de la etiqueta puede distinguirse la leyenda "Álvarez y Cía. sucesores de M. Malagrida" y todavía aparece la dirección de la calle Esmeralda 240, junto con la leyenda "Fábrica de Tabacos El Telégrafo". Esta marquilla también tiene reproducciones de las obras ganadoras del concurso de carteles de los cigarrillos PARÍS. Además del afiche de Metlicovitz se incluyen los trabajos *Buenos Aires 318,* de Hermann Pfeiffer (abajo) y *Nabbabo*, de Ettore Bigliardi (arriba). Ambos obtuvieron un segundo accésit.



El magnífico póster de reclame que se reproduce destaca la utilización de la belleza femenina, en este caso de raza negra, con el objetivo de atraer la atención del consumidor. Advertir la rica calidad cromática y el elaborado diseño del afiche, que prácticamente lo convierten en una obra de arte. El póster fue impreso en la litográfica La Nueva Artística con domicilio en la calle Mitre 2600. Como ya dijimos estos cigarrillos costaban 10 centavos el paquete y eran consumidos por las clases populares.



La última imagen, al igual que la viñeta de la página anterior, muestra los escudos de las dos fábricas del tabaquero catalán: La Invencible (originalmente fundada por Malagrida) y El Telégrafo (adquirida en 1899), junto con un listado de las marcas que producían ambas manufacturas[21] en el año 1904. Además de los productos ya mencionados se incluyen denominaciones como: AS DE ORO, NEGROS y VEGUEROS, sobre las que no hemos encontrado mayores datos.

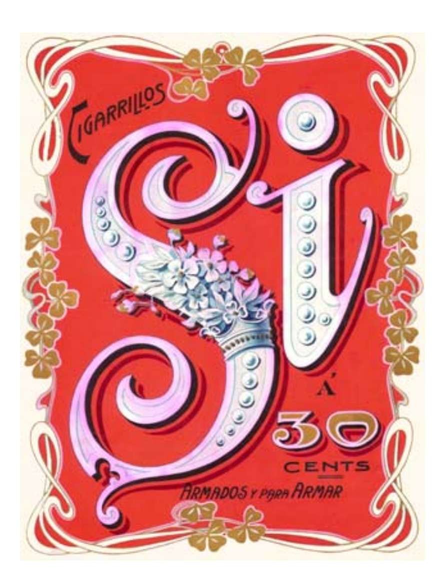


Los cigarrillos LOS FINOS fueron registrados por Manuel Malagrida en diciembre del año 1900 bajo el Nº 8657. Esta marca había sido comercializada desde 1896 por la Sociedad Anónima Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo y fue adquirida más tarde por Malagrida, quien incluso continuó utilizando la denominación y el logotipo de “El Telégrafo”, tal cual puede verse en la etiqueta. Los cigarrillos LOS FINOS, junto con los SI, que se vendían armados y para armar, costaban 30 centavos el atado siendo los más caros producidos por la empresa.



La marca SI fue registrada por Malagrida en abril de 1905 bajo el Nº 15343. Poco después también registró la marca NO[22] del mismo precio y con un diseño muy similar, de la que se desconoce si alguna vez salió a la venta al público. Al ser cigarrillos de alto precio no solo estaban elaborados con tabaco habano extra, sino que la marquilla estaba impresa en relieve y con color dorado, lo que reafirmaba la calidad del producto.

El póster de los cigarrillos SI reproduce el diseño general de la marquilla, aunque con otra paleta de colores, seguramente para llamar más la atención de los fumadores. Al igual que en los otros afiches de los cigarrillos producidos por Malagrida no aparece impreso el nombre del fabricante ni la dirección de la manufactura.







Los cigarrillos DANDICITO también habían pertenecido a El Telégrafo al menos desde 1892. Malagrida registra la marca DANDICITO N°2 en marzo de 1902 bajo el número 10402. La imagen de la izquierda corresponde a una carterita de 10 centavos elaborada por M. Malagrida, mientras que la marquilla de la derecha es posterior a 1909 cuando la fábrica de Álvarez y Cía. ya se había trasladado a la calle Perú 752. En la cara posterior de esta marquilla aparece una reproducción del cartel ganador del segundo concurso de los cigarrillos PARÍS: *Amor*, de Aleardo Villa, que reemplazó al fotograma con el rostro de mujer. Malagrida además registró la marca DANDY[23] (originalmente utilizada por El Telégrafo) en octubre de 1901. Los DANDY venían en carteritas de 16 cigarrillos por 15 centavos. La ilustración del niño haciendo fumar al murciélago corresponde al primer premio del concurso nacional de los cigarrillos PARÍS de 1900. La marca DANDICITO fue la más popular entre las que pretendían dar una imagen de Dandy, como se decía por entonces.



No solo los PARÍS trascendieron las fronteras argentinas. Los cigarrillos BONSACK,[24] fabricados en Valparaíso, Chile, por la empresa del mismo nombre, tienen un parecido notable con los DANDICITO. Como veremos más adelante, la misma ilustración había sido usada por la Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo en sus publicidades de fines del Siglo XIX.





Los cigarrillos SPORT, al igual que los MORO, LA MAR y DANDICITO, estaban dirigidos a las clases sociales más humildes. A diferencia de los cigarrillos PARÍS, SI o LOS FINOS, que indicaban en la marquilla que eran elaborados con tabaco Habano, estos eran fabricados con tabaco nacional, paraguayo o brasileño, de menor calidad.

A pesar de su nombre, que hace suponer que abarca a todos los deportes, la marquilla está claramente emparentada con el hipismo. El diseño contiene varios elementos asociados a este deporte: la figura femenina vestida de jocketa envuelta por una gran herradura, el dibujo de caballos que saltan de la pista detrás de la mujer por sobre la herradura, la cabeza del caballo destacada en un círculo, las espigas de alfalfa y las pequeñas fustas y herraduras que decoran el fondo de la etiqueta conforman en conjunto un hermoso y muy bien logrado diseño, no obstante la limitación cromática restringida a solo un color.

Esta marca fue una de las de más antiguas y prestigiosas de la Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo, que la comercializaba en atados de 15 centavos. También, junto con PARÍS y DANDICITO, fue una de las principales marcas de Malagrida, que conservó en las marquillas los nombres de las fábricas La Invencible y El Telégrafo, aunque los ejemplares que se muestran son posteriores a la asociación con Álvarez y Cía., en el año 1905. La reproducción más grande es de 1909, cuando la fábrica ya se había trasladado a su nuevo edificio de la calle Perú 752-756. La más pequeña mantiene aún el nombre de Álvarez y Cía., pero la dirección de Uspallata 1112 indica que la empresa ya había sido adquirida por la Compañía Argentina de Tabacos, y por lo tanto fue fabricada luego del año 1911. También se produjo un cambio de tonalidad en el color predominante. A continuación de la palabra SPORT, en la parte posterior de la marquilla, se alcanza a distinguir el logotipo de "El Telégrafo", similar al que aparece en la imagen de los escudos de las fábricas de Malagrida, confirmando que esta fábrica fue la primera en producir los SPORT. Por lo menos hasta 1919, Álvarez y Cía. ya en propiedad del trust tabacalero inglés, continuó produciendo a 10 centavos el paquete las marcas de Malagrida: LA MAR, MORO, DANDICITO y SPORT.

Luego de algunos años de disputas diplomáticas, el 8 de febrero de 1904 se desató la guerra entre el Imperio Ruso y la Armada Imperial de Japón por el dominio de Manchuria y Corea, cuando una columna de la flota japonesa bombardeó a un crucero y una cañonera rusos.





Un año y medio después se producía la primera derrota de una potencia imperialista europea sometida por un pueblo no caucásico. El comienzo de la guerra ruso-japonesa impactó localmente,[25] y Malagrida mostró su oportunismo y aprovechó comercialmente el hecho. Ya el 11 de febrero de 1904 había registrado la marca RUSOS de 20 centavos,[26] en 1905 hace suya la marca JAPONESES[27] de 10 centavos y poco tiempo después produce los RUSOS-JAPONESES, también de 10 centavos. Todas estas marcas estaban relacionadas con el enfrentamiento armado entre los dos imperios. En las marquillas de JAPONESES aparece en el frente el retrato del emperador Mutsuhito y en las caras internas escenas de la guerra (en este caso el bombardeo a Port Arthur). Esta marca es la primera registrada por Malagrida en la que figura J. Álvarez como propietario de la fábrica. Los RUSOS-JAPONESES también tienen ilustraciones relacionadas con el conflicto armado y una serie coleccionable de generales japoneses. El afiche muestra a los comandantes del ejército japonés tomando el té mientras, supuestamente, fuman los cigarrillos de Malagrida.



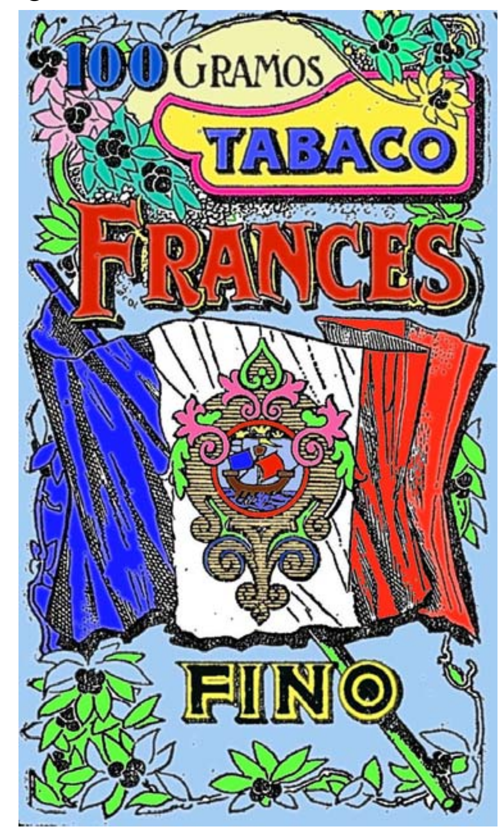




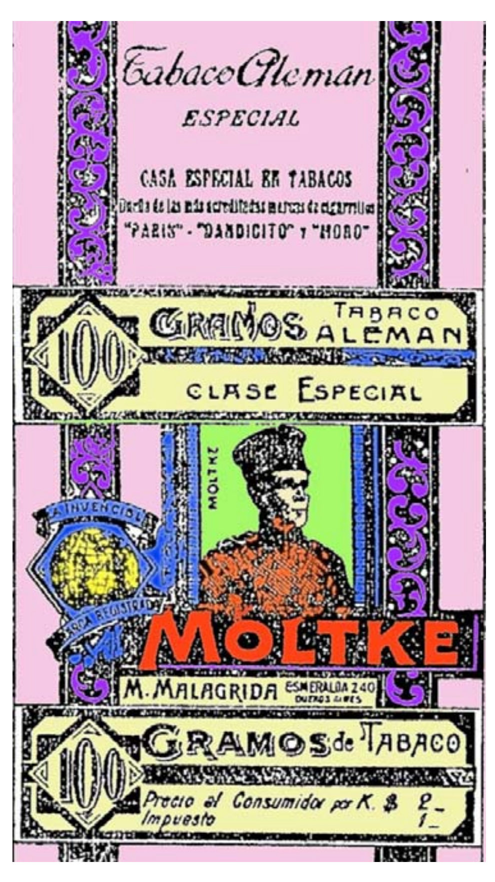
Paralelamente al lanzamiento de las marquillas relacionadas con la guerra, Malagrida emitió al menos dos series de figuritas de los cigarrillos PARÍS, conteniendo imágenes coloreadas de distintos aspectos del conflicto armado: retratos de los líderes militares de ambos mandos, escenas de combate, lugares típicos, etc. La serie A estaba compuesta por más de 600 figuritas y la B probablemente por 100.

Como dato anecdótico[28] mencionamos que la flota japonesa contaba, entre otros, con dos cruceros acorazados de Clase Giuseppe Garibaldi comprados a la Argentina: el Mariano Moreno (renombrado Nisshin) y el Bernardino Rivadavia (renombrado Kasuga), así como un crucero comprado a Chile: el Esmeralda (rebautizado Izumi).

GUIDO SPANO fue otra de las marcas propias de Malagrida. Estos cigarrillos se vendían en carteritas de formato alargado y, según se lee en la etiqueta, eran elaborados por La Invencible, “Fábrica a Vapor para la Elaboración de Tabacos y Cigarrillos”. El nombre de la marquilla evoca al poeta argentino cultor del romanticismo, nacido en Buenos Aires el 19 de enero de 1827 y fallecido en la misma ciudad el 25 de julio de 1918. Carlos Guido y Spano ocupó durante su vida varios cargos oficiales: director del Archivo General de la Nación y vocal del Consejo Nacional de Educación. Fue cofundador de la Sociedad Protectora de Animales (26 de noviembre de 1879). Su oposición a la Guerra contra Paraguay (1865-1870) le costó que el general Mitre ordenara ponerlo preso en 1866. Es destacable el hecho que la marquilla haya sido producida varios años antes del fallecimiento del reconocido poeta. Hasta donde sabemos, y dejando de lado a MITRE y SARMIENTO, solo DANTE y QUEVEDO (de Loureiro, Ubal y Cía.) y CERVANTES (de Pacheco y Cía.) también recuerdan a un poeta o escritor.

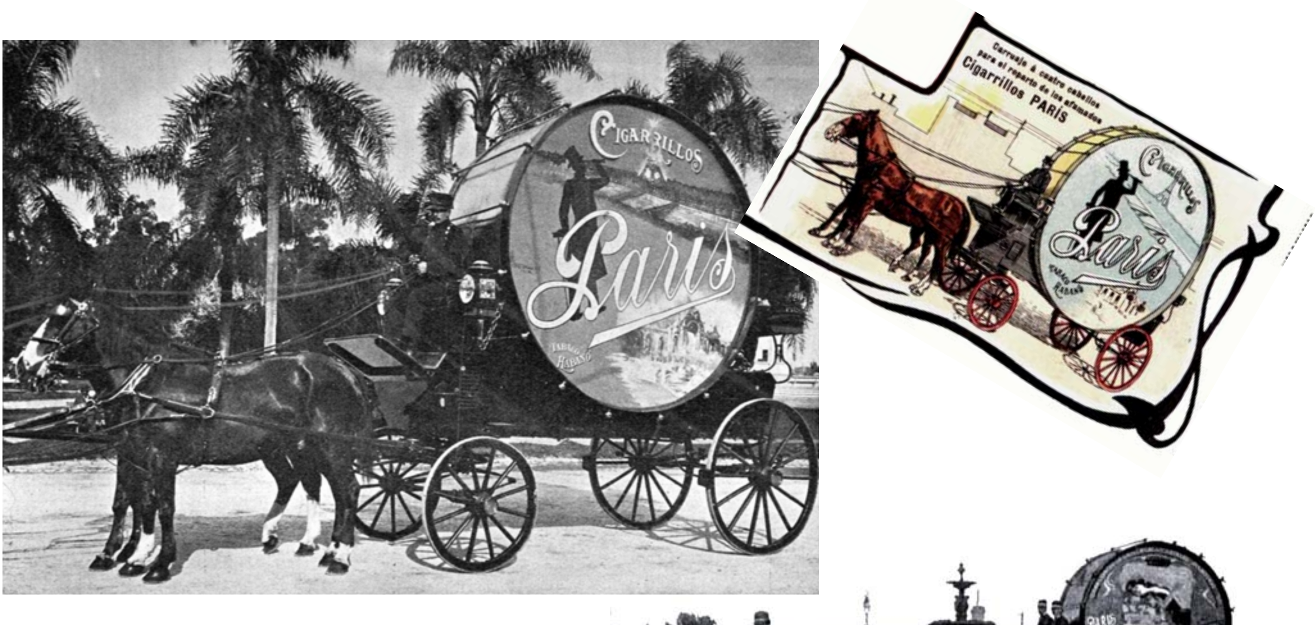


Además de la producción de cigarrillos, las fábricas La Invencible y El Telégrafo elaboraban distintos tipos de picadura de tabaco. Entre 1904 y 1905 Malagrida registra tres variedades distintas de tabaco: una del tipo francés picadura fina (bajo el Nº 14220), otra Virginia en hebras (Nº de solicitud 16418) y una tercera del tipo alemán clase especial, llamada MOLTKE (Nº de solicitud 16419), en honor al Mariscal de campo alemán cuyo genio militar ayudó a convertir a Prusia en el Estado hegemónico de Alemania. El tabaco se vendía en paquetes de 100 gramos a $3 el kilogramo. También existe un registro[29] del año 1897 en el que Malagrida solicita la marca VIVA CUBA ESPAÑOLA en papel para armar cigarrillos.





La reclame lo es todo



Además de invertir grandes sumas en avisos pagos y de utilizar un Carruaje-Bombo y un Carruaje-Cañón tirados por caballos para promocionar los cigarrillos PARÍS, Malagrida era un especialista en conseguir publicidad indirecta a través de los medios de prensa. Por ejemplo, su carruaje cañón que lanzaba prospectos a más de cien metros de distancia, fue prohibido por razones de "limpieza pública". El mismísimo Ministro de Guerra argentino tuvo que intervenir para que se cambiaran los uniformes de quienes conducían el carruaje, ya que eran similares a los que utilizaba la artillería francesa.



CARRUAJE-CAÑÓN PARA LA PROPAGANDA DE LOS CIGARRILLOS "PARIS"
LANZA PROSPECTOS A CIEN METROS DE DISTANCIA, HABIENDO PROHIBIDO LA MUNICIPALIDAD HACER DISPAROS POR RAZONES DE LIMPIEZA PÚBLICA

El carro-bombo, cuyo ruido se escuchaba desde quinientos metros de distancia, se hizo famoso por la polémica que levantó Malagrida al cargarlo en un tren para transportarlo a otra población, aun sabiendo que no pasaba por los túneles del recorrido. Luego del Concurso Universal de Carteles el dibujo del parisino mirando con su catalejo a la torre Eiffel fue reemplazado por la obra de Aleardo Villa que obtuvo el primer premio,[30] tal cual puede observarse en la foto central.

Malagrida ideó varias formas innovadoras de publicitar sus productos, algunas no llegaron a concretarse como el intento que el aviador brasileño Santos-Dumont, el primer "deportista del aire", sobrevolara Buenos Aires con un dirigible en forma de un cigarro anunciando sus productos.

Según las propias palabras de Malagrida: "*El éxito de una marca depende en primer lugar de la bondad del producto, ¡es claro!, pero la reclame, la reclame es todo (…). La publicidad ha de servir para avisar al público de una manera risueña artística y original de los méritos de la marca*".

Las figuritas y las mujeres





Inicialmente los cartoncitos comenzaron a introducirse en los paquetes de cigarrillos (que eran de papel) para darles rigidez. En Estados Unidos surgió la idea de utilizarlos para imprimirles la publicidad de la marca con una serie de imágenes y, generalmente, una descripción en la parte posterior. Las primeras figuritas se editaron en ese país en 1875 y muy rápidamente se hicieron populares en todo el mundo. En Argentina también comenzaron circular a fines del siglo XIX. Entrado el siglo XX la variedad y cantidad de figuritas creció en forma exponencial, hasta aproximadamente 1950, incluyendo motivos con actrices, modelos, cantantes, estrellas de cine, deportistas (especialmente futbolistas), naturaleza, héroes militares y uniformes, vistas de ciudades, historia, etc. Malagrida no fue ajeno a esta tendencia internacional e incluyó figuritas[31] (o cartoncitos) en el interior de las carteritas de los cigarrillos PARÍS desde principios de 1900, principalmente con imágenes femeninas. Una idea de la inmensa variedad de diseños que circulaban la da el número 852 que tiene la figurita monocromática de la joven con la mano en la cara (Jane Hading) o la serie coloreada, en la que algunas figuritas tienen números mayores a 3200.



Desde el surgimiento de esta alternativa publicitaria la imagen de la mujer fue predominante en los motivos de las figuritas. En algunos casos aparecían actrices o cantantes que no llegaron a trascender, o incluso mujeres fotografiadas desnudas en un estudio. En otros, como en los dos retratos más grandes, puede reconocerse a la actriz francesa Jane Hading o la Bella Otero, una bailarina, cantante, actriz y cortesana de origen español que vivió en Francia y fue uno de los personajes más destacados de la *Belle Époque* francesa en los círculos artísticos y la vida galante de París. También pudimos identificar a las actrices inglesas Alice De Winton y Sybil Arundale y a la francesa Meaty Fleuron.

Primer concurso de carteles para los cigarrillos PARÍS



Primer concurso artístico
PARA UN CARTEL ANUNCIADOR
de los
Cigarrillos PARIS

Premios: 3.000 pesos

Deseando la empresa elaboradora de la marca de cigarrillos PARIS adquirir un cartel de propaganda que, á la novedad y eficacia del anuncio, reuna el atractivo del arte, siendo á la vez que estímulo para los que lo cultivan, expresión del grado de cultura artística á que el país alcanza, abre en esta fecha un concurso libre, bajo las condiciones ya publicadas, y cuya copia, así como los nombres de las personas que constituyen el Jurado, se facilitarán en la secretaría del mismo.

PREMIOS
1.°, 1000 pesos moneda nacional; 2.°, 750 id. id. id.; 3.°, 500; 4.°, 5.° y 6.°, 250 cada uno.

Para más informes, dirigirse al secretario del jurado, D. Enrique Casellas, calle San Martín, número 345, escritorio 21, todos los días hábiles, de dos á cinco de la tarde. — Buenos Aires, 15 de Septiembre de 1900.

Manuel Malagrida.

PARIS
CIGARRILLOS HABANOS
AVISO

Se recuerda á los señores artistas interesados en el Concurso para un cartel anunciador de los cigarrillos *PARIS*, que el plazo para la admisión de trabajos espira el día 15 de Noviembre actual, á las tres de la tarde.

De acuerdo con la condición quinta del Concurso, los carteles deben remitirse al secretario del Jurado, D. E. Casellas, calle San Martín N.° 345, escritorio 21, todos los días hábiles, de 3 á 5 de la tarde.

Premios: 3.000 pesos

JURADO
Dr. D. Miguel Cané, D. Manuel Mayol, Dr. D. Francisco Ayerza, D. Alejandro Christophersen. D. Enrique Casellas, secretario.

Exposición París
DE CARTELES
Ex-Teatro Nacional
CALLE FLORIDA 146

Al público

Desde el 16 al 23 de Noviembre actual permanecerá abierta en el amplio y hermoso Salón Florida, Ex-Teatro Nacional, la Exposición de carteles presentados en el concurso de los
Cigarrillos PARÍS
La entrada será libre de 2 á 6 de la tarde los días laborables.

Concurso Artistico
DE LOS CIGARRILLOS
"PARÍS"

FALLO DEL JURADO

Premio 1.° $ 1000 cartel N.° 97 de C. Villalobos.
» 2.° » 750 » » 98 de A. Giménez.
» 2.° adicional » 750 » » 102 de A. Vaccari.
» 3.° » 500 » » 48 de A. Gaspary.
» 4.° » 250 » » 104 de J. d'Orlandi.
» 5.° » 250 » » 19 de F. Fade.
» 6.° » 250 » » 14 de A. Roaschio.

El jurado, además del segundo premio adicional, resolvió crear un **primer accésit de 500 pesos** para el cartel núm. 96, lema **Levántate y fuma**, del que resulta ser autor don José M.ª Cao, sintiendo que la índole del asunto, expuesta á herir susceptibilidades religiosas, le haya obligado á apreciar exclusivamente la ejecución de la obra, que reputa admirable.

El resto de los 5000 pesos donados por el señor Malagrida para premios adicionales, ha sido distribuído en la siguiente forma:

Segundo accésit de $ 250, al cartel núm. 103, de don Antonio Vaccari.

10 accésits de $ 150, á los siguientes carteles: número 22, de don Francisco Fortuny; 91 de don F. C. Téra; 70, de don Ramón de Castro Rivera; 114, de don Lucién Métivet; 40, de don Mariano F. Cardoso; 68, de don Emilio Massanet; 116, de don Pedro Gabusi; 76, de don Decoroso Bonifanti; 16, de don Domingo Puig; 52, de don R. E. Draper.

Como ya mencionamos, Malagrida se destacó entre los demás tabaqueros de la época por sus novedosas ideas publicitarias. Basándose quizás en el concurso de afiches y calendarios que realizaba todos los años el papel de fumar JOB, Malagrida decidió organizar una versión local a comienzos de 1900. Para publicitar las distintas etapas del concurso contrató avisos en las principales revistas y diarios de Buenos Aires, como por ejemplo el semanario *Caras y Caretas* de donde reproducimos la convocatoria[32], la composición del jurado[33], la exposición de los trabajos presentados[34] y el fallo del jurado[35] del primer concurso artístico para la elaboración de un cartel anunciador de los cigarrillos PARÍS. Este concurso estuvo limitado a los artistas residentes en la Argentina. Fueron miembros del jurado el Dr. Miguel Cané (escritor y crítico), el Dr. Francisco Ayerza (fotógrafo), Manuel Mayol (pintor y caricaturista, uno de los tres fundadores de *Caras y Caretas*), Alejandro Christophersen (arquitecto) y Enrique Casellas, en calidad de secretario. Este primer concurso se realizó para probar la factibilidad de organizar un certamen internacional del que participaran los cartelistas más reconocidos de la época. La fecha de apertura fue el 15 de septiembre de 1900, y se extendió hasta el 15 de noviembre. Algunas consignas que debían cumplir los autores que desearan tomar parte del certamen eran: presentar carteles con medidas de 1.25 metros de altura por 0.88 metros de ancho con un máximo de seis colores y con la inscripción: CIGARRILLOS PARÍS-TABACO HABANO. Previo a conocerse el veredicto del jurado, los carteles se exhibieron al público durante la semana del 16 al 23 de noviembre de 1900 en el Ex-Teatro Nacional (Florida 146), con entrada libre los días laborables. Ante la presencia de muy buenos carteles, y la dificultad del Jurado para otorgar los premios a las obras ganadoras, Malagrida acordó aumentar las recompensas, subiendo a 19 el número de trabajos premiados, y duplicando el monto total de premios a $6000. Paradójicamente, solo cinco años antes, ese importe en premios era más que todo su capital de trabajo.

El primer concurso recibió en total 118 carteles, de los cuales 23 originales (16 de ellos correspondientes a obras premiadas) se conservan actualmente en el Museo Comarcal de la Garrotxa, en Olot, España. Existen fotos en blanco y negro de otros 35 carteles de parte de un álbum propiedad de la familia Malagrida, que actualmente está en el Archivo Histórico Comarcal de Olot. Lamentablemente se desconoce quiénes fueron los autores de la mayoría de los trabajos no premiados, aunque figura el número con el que cada artista participó en el concurso y el lema utilizado.

Luego del certamen se editó la obra *Primer Concurso de Carteles de los Cigarrillos París*,[36] un número único con formato de periódico publicado por la imprenta Galileo de Buenos Aires el 1 de enero de 1901. También hay una reseña importante con las imágenes de las obras ganadoras en la revista española *La Ilustración Artística*.[37]



El cartel ganador del concurso y de los $1000 del primer premio fue obra del reconocido artista y dibujante Cándido Villalobos Domínguez (1881-1954). Villalobos[38] nació en Corrales de Zamora, España y emigró muy joven a la Argentina donde terminó adquiriendo la ciudadanía. Estudió en el Colegio Nacional de Buenos Aires. Fue director artístico de la revista *Caras y Caretas* y profesor de dibujo en varias Facultades de la Universidad de Buenos Aires. Con su hijo Julio publicó *El Atlas de los colores*,[39] en 1947. Al realizarse el concurso Villalobos tenía solo 19 años.

El nombre o lema de la obra que obtuvo el primer premio[40] fue *Shangu Sharra*, participó con el número 97 y en el cartel el autor representa a un niño que hace fumar a un murciélago. Justamente la frase "fumar como un murciélago" se aplica a los fumadores compulsivos y deriva de la creencia popular que si se pone un cigarrillo encendido en la boca de un murciélago, éste comienza a aspirar el humo debido a la necesidad que tiene de respirar aire en forma continua. Otra versión atribuye la frase a quienes salían a "farrear" hasta altas horas de la madrugada y eran conocidos como "murciélagos". Como estos personajes siempre andaban con un cigarrillo en la boca, por comparación se dice de todas las personas muy fumadoras que "fuman como un murciélago".

Se desconoce la ubicación actual del afiche ganador del concurso y por esa razón solo se dispone de una copia monocromática del trabajo original. Existe, sin embargo, una reproducción en colores que se utilizó, junto con los seis premios siguientes, para confeccionar el cartel anunciador del segundo concurso. Resaltamos que la obra de Cándido Villalobos sufrió una variación en relación con el original. En la parte baja del cartel se reemplazó la leyenda "Cigarrillos París - Tabaco Habano" por "París - Cigarrillos Habanos". También se cambió la tipografía de la palabra PARÍS por una similar a la utilizada en los paquetes de cigarrillos.



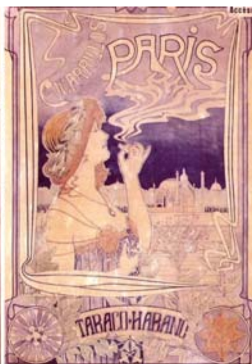
Debido a la calidad de varias obras, el jurado del concurso decidió entregar dos segundos premios y varias menciones adicionales. Arriba a la izquierda está el cartel ganador del segundo premio de $750 con el Nº 98. Fue una acuarela sobre papel realizada por Aurelio Giménez con el lema *Jugend*. Giménez[41] fue un dibujante y pintor uruguayo nacido en Montevideo en 1877 y fallecido en Ituzaingó, Buenos Aires, en 1910. Trabajó como ilustrador en la revista *Caras y Caretas*, tanto en la versión uruguaya, como en la posterior argentina. El fumador de su obra tiene cierta similitud con el autor, sobre todo en el bigote. Le sigue la obra *Fides* (Nº 102), que obtuvo un segundo premio adicional de $750 y fue realizada por el pintor italiano Antonio Vaccari con la técnica de pastel sobre papel. Vaccari[42] vivió muchos años en la Argentina y fue director de los talleres gráficos de la Compañía General de Fósforos, una de las imprentas más importantes de Buenos Aires. El tercer premio de $500 fue para el cartel N° 48 *Salade* de Alvin Gaspary[43], un pintor francés emigrado a argentina en 1895 a la edad de 30 años. La localización actual del original de esta obra, al igual que la de Villalobos, es desconocida. La dama fumadora que obtuvo el cuarto premio de $250 fue una acuarela retratada por Jorge d´Orlandi que se denominó *Tentación*. El N° 19 de Fernando Fader, también una acuarela sobre papel, se llamó *Matilde* y le fue otorgado el quinto premio de $250. Al momento del concurso Fader tenía solo 19 años. A principios de 1920 sus obras eran las más caras del arte nacional. En una exposición de 1926, a la que asistió el presidente M. T. de Alvear, su obra *La Reja* fue vendida en $12.500 siendo por décadas el valor más alto obtenido por un artista argentino. El último cartel participó con el Nº 14 consiguiendo el sexto premio de $250. Fue una acuarela creada por Ángel Roaschio bajo el lema *Cielo*.



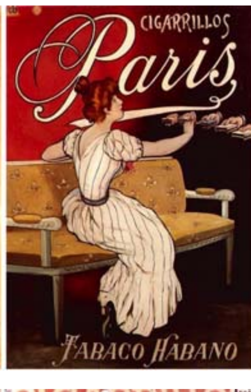














En esta página podemos ver las imágenes de los carteles que obtuvieron menciones. El de arriba a la izquierda es el N° 96 *Levántate y Fuma* de José María Cao, que fue reconocido con un primer accésit de $500. Resulta curioso el comentario del jurado sobre el cartel de Cao (uno de los dibujantes habituales de *Don Quijote* y *Caras y Caretas*, considerado el padre de la





caricatura política argentina) "*sintiendo que la índole del asunto, expuesta a herir susceptibilidades religiosas, le haya obligado a apreciar exclusivamente la ejecución de la obra, que reputa admirable*". Le sigue luego la obra *Satán* (Nº 103), un pastel sobre papel, también de Antonio Vaccari, que obtuvo un segundo accésit de $250. El resto de los carteles obtuvieron un tercer accésit de $150.

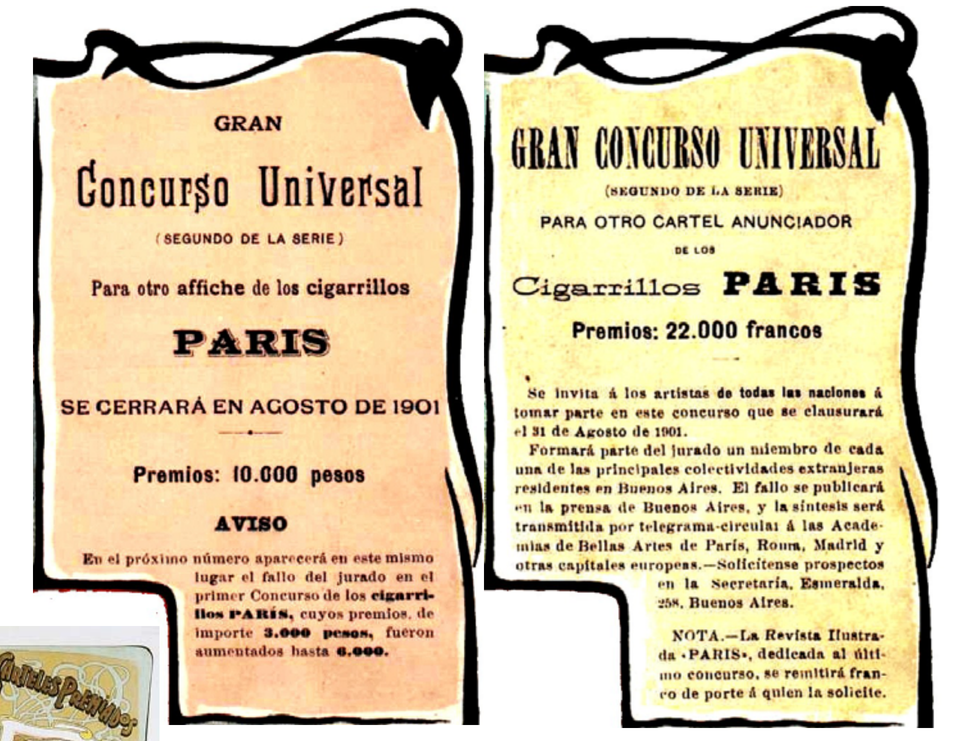
La tercera obra de la primera fila es un óleo sobre tela del afamado pintor y decorador uruguayo Domingo Puig y Sauret, bautizada *Demetrios*. La dama de los cabellos larguísimos es una creación del pintor, dibujante e ilustrador



catalán Francesc Fortuny, quien se radicó en Buenos Aires en 1888. El óleo sobre tela llevó como lema *Ars Musarum Filia* (hija de la musa del arte). Mariano F. Cardoso pintó la acuarela sobre papel llamada *Nicotiana*, que muestra a una elegante mujer fumando plácidamente. El *Pierrot* y la dama fueron ideados por R. E. Draper quien pintó una acuarela sobre papel con el lema *Colorado*. La pintura siguiente, un óleo sobre tela en el cual una joven recibe cigarrillos de cinco caballeros a la vez, se denomina *Barcino* y fue realizada por el artista catalán Emilio Massanet y Borrás. La joven con el larguísimo vestido azul fue retratada en una acuarela por el pintor gallego Ramón de Castro Rivera bajo el lema *París*. F. P. Tera fue quien ideó el cartel de la dama fumadora cuyo humo forma la palabra París. Esta acuarela tuvo como título *Un Fumador*. La acuarela llamada *Boulevardier*, que parece mostrar a cuatro fumadores presos detrás de la palabra París, fue hecha por el artista italiano radicado en la Boca Decoroso Bonifanti, maestro de numerosos artistas argentinos. El último trabajo, una acuarela cuyo lema es *Eros Flamiger*, fue confeccionado por uno de los más prominentes ilustradores del siglo XIX, el francés Lucien Métivet. Según su biografía,[44] Métivet nunca residió en Argentina, por lo tanto es probable que haya sido el único autor premiado que vivía en el extranjero. Como ejemplo de la calidad de su obra alcanza con mencionar que en un concurso para diseñar un póster de Napoleón, en el que también participó Toulouse-Lautrec, obtuvo el primer premio en forma unánime.

El concurso universal de carteles de 1901

Debido al éxito del primer concurso de carteles, a fines de 1900, Manuel Malagrida comenzó con la organización de un segundo concurso de afiches que se llevaría a cabo el año siguiente y que se denominó “Gran Concurso Universal”. El primer aviso[45] de este certamen en la revista *Caras y Caretas* se publicó antes de que se conociera el fallo del jurado sobre el primer concurso. Allí se establecía agosto de 1901 como la fecha de cierre del certamen y un total de 10.000 pesos en premios. En otro aviso[46] aparecido a principios de enero del 1901 ya se fijaba el premio en 22.000 francos[47] (unos U$S 100.000 actuales) y se informaba que las bases del concurso se remitirían a las principales capitales europeas. Para la difusión del concurso se elaboró un singular afiche[48] en el que aparecen los siete primeros premios del certamen anterior. El estilo Art Nouveau domina en todos los diseños, en los marcos y en los elementos ornamentales que unen los carteles. Debido al gran número de afiches que fueron enviados desde fuera de la Argentina, fue necesario posponer la fecha de cierre del 31 de agosto al 20 de septiembre de 1901, según puede verse en otro aviso publicado por los organizadores.[49] Para garantizar la presencia de artistas extranjeros, Enrique Casellas, secretario particular de Manuel Malagrida, hizo un viaje de promoción del concurso por Europa y, además, las bases del concurso se publicaron en español, italiano y francés. Dentro de los puntos más importantes se establecía la medida de los carteles (1.30 × 0.90 metros); la libre elección de la técnica artística; el uso de hasta seis colores para la posterior reproducción litográfica; la utilización de la inscripción LOS CIGARRILLOS PARÍS SON LOS MEJORES, con la recomendación que la palabra PARÍS apareciera más grande y el uso de un lema para identificar la obra presentada.





El affiche en Buenos Aires[50]

Un concurso monstruo - Más de mil carteles
Concurrencia de pintores japoneses
Jurado internacional

El segundo concurso de affiches para los cigarrillos "París", al que se le ha dado carácter internacional, empieza á asumir proporciones inesperadas que ofrecen convertirlo en un verdadero acontecimiento de arte aplicado á la difícil ciencia del reclame industrial. El concurso se clausura el 31 de Agosto (de 1901), y ya hay noticia de que concurrirán más de mil artistas á disputarse el premio de dinero, que es sabroso, el título de primer cartelista del mundo, que también vale dinero, pues el comercio y la industria inteligente entran decididamente por el anuncio artístico, que atrae los ojos y deja algún recuerdo más que los antiguos letreros banales y las figuras mamarrachescas.

Después de su primer concurso, el señor Malagrida, que sintió en su artículo industrial la influencia del aviso hecho con gracia, ideó este otro concurso monstruo, porque será el más grande torneo de artistas congregados hasta hoy para disputarse un premio de este género.

Lo difícil era convencer á los pintores europeos de cierta fama, de la seriedad del concurso, sobre todo en materia del jurado y de la efectividad del premio, que por su abultada suma hacía desconfiar un poco. Un primer premio de diez mil francos para un cartel que puede hacerse en un buen día de humor artístico, parecía demasiado. Hubo que poner en juego Ministros y cónsules, hacer una activa propaganda de persuasión, enviar un agente avisado y activo que difundiese informes por toda Europa. El señor Enrique Casellas recibió esta misión y la desempeñó con tacto y buen suceso trayendo el compromiso de los más afamados cartelistas desde Mucha y Casas hasta Hohenstein, de concurrir al concurso "París", persuadidos de que la cosa iba de veras.

Pero no paró ahí la gestión. La difusión del concurso sudamericano fué hecha en Asia y el lejano Oriente; y hemos visto, al examinar los primeros carteles llegados, cartas de Tokio (Japón), donde se promete el concurso de artistas japoneses. Entre estas contribuciones y los compromisos traídos desde Europa, contando principalmente España, Francia, Alemania, Italia, Inglaterra y Rusia, calcula la casa Malagrida que concurrirán al certamen no menos de mil carteles. Sólo de Cataluña se sabe que concurrirán cincuenta artistas, casi todos de fama ya adquirida Han llegado ya unos cien carteles, procedentes los más de, España. Alemania y Francia. Entre ellos hemos visto tres ó cuatro muy buenos, y uno notable que o mucho nos engañamos, o va á dar mucho juego en el concurso.

Lo que más ha preocupado a la casa Malagrida, ha sido la composición del jurado, pues de ello dependía la confianza de los artistas y el prestigio del certamen. Ese punto, el más delicado sin duda, ha sido resuelto en la atinada manera de que informa la siguiente nota, que ha sido pasada á los presidentes de las sociedades Club Francés. Associazione Artística Italiana. Club Español. Sociedad Literaria Inglesa, Deutscher Schulverein, Club Oriental y Sociedad Federal Suiza.

Buenos Aires, Agosto 5 de 1901.- Señor presidente de… Presente. -Distinguido y respetable señor nuestro. - Tenemos el honor de dirigirnos á usted en súplica de un servicio que no dudamos merecer de su fineza y patriotismo.

Como tal vez no ignorará usted, la casa Malagrida de esta capital, cuya firma ostenta el primero de los infrascriptos tiene organizado un concurso, universal de carteles, que debe clausurarse el día 31 del corriente mes.

Es evidente que uno de los puntos esenciales, el principal sin duda alguna, de todo certamen, es la elección del jurado; para que el artista acuda confiado al torneo, para inculcar en su ánimo las seguridades de un fallo imparcial y justo, es preciso que el tribunal ofrezca garantías de competencia y honorabilidad ilimitadas, máxime en el presente caso en que á la culta y bellísima lucha apréstanse á concurrir los más afamados adalides del mundo.

Inspirada en tales propósitos, la casa organizadora del concurso estableció en una de las bases del mismo, cuyo pliego nos complacemos en adjuntarle, que el Jurado del próximo concurso sería constituido con un miembro, suficientemente preparado, de cada una de las principales colectividades extranjeras residentes en esta República, á cuyo efecto se solicitaría el concurso de sus corporaciones más caracterizadas.

Siendo, por tanto, la... una de las colectividades comprendidas en esta condición, y la sociedad que Vd. tan dignamente preside la que, á nuestro juicio, debe intervenir en este caso, máxime teniendo en cuenta el crecido número de artistas de esa nacionalidad que, según nuestros informes, dispónese á concurrir al certamen, los infrascriptos ruegan encarecidamente á Vd. que, de acuerdo con sus dignos compañeros de comisión, se sirvan designar de entre sus compatriotas residentes en esta Capital, sean ó no miembros de esa sociedad, el que, á su juicio, reúna mejores condiciones para el cargo de Jurado, sin perder de vista que la persona que esa honorable comisión nombre á tal efecto, no sólo investirá el difícil cuanto honroso cargo de juez en un litigio del genio artístico universal, sino que constituirá también la salvaguardia de los intereses morales de su patria representados por los artistas que de ella concurran al torneo.

Como antecedente ilustrativo y por lo que pueda interesar á la resolución de esa honorable comisión directiva, cúmplenos recordar á sus dignos miembros que del jurado nombrado para el primer concurso nacional organizado por la misma casa y celebrado en Noviembre del año próximo pasado, formaron parte personalidades como los señores doctor don Miguel Cané, doctor don Francisco Ayerza, don Miguel Mayol y don Alejandro Christophersen.

Ocioso creemos añadir que la casa organizadora del concurso aceptará sin observación el nombramiento que esa comisión directiva se digne hacer, fiada como queda en el buen acierto y elevadas miras de la misma.

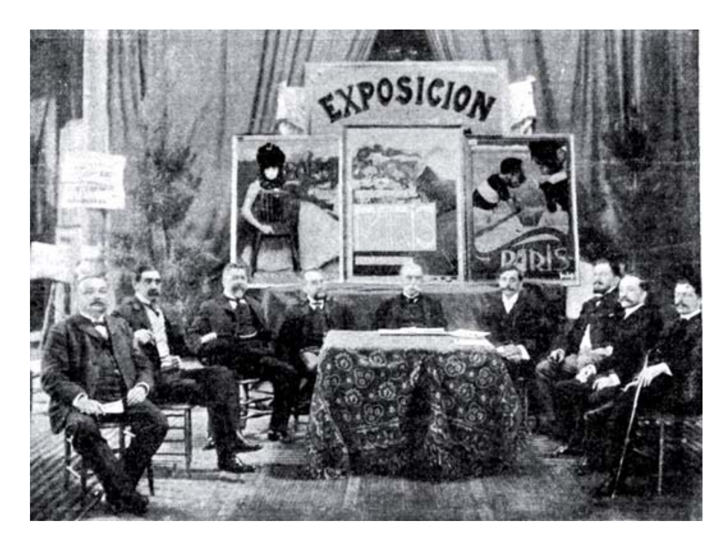
Réstanos sólo pedir a Vd. que una vez hecho el nombramiento y aceptado éste por el interesado, se sirva comunicar el nombre y domicilio del mismo á esta secretaría, todo lo cual agradeceríamos se efectuase en el más breve plazo posible.

Con los homenajes de nuestra sincera gratitud y profundo respecto á Vd., dignos compañeros de comisión, socios del club y demás miembros de la colectividad… que, secundando la gestión de esa comisión directiva, si a ello fuesen invitados, contribuyan á la patriótica y delicada labor que dejamos encomendada, nos suscribimos sus más aimos, atentos y S. S. M. Malagrida. – Enrique Casellas secretario del concurso.

En términos análogos ha sido pasada una nota á la Sociedad Estímulo de Bellas Artes, invitándola á que nombre uno de los dos ciudadanos argentinos que deben integrar el Jurado, reservándose la casa la designación del segundo.

De acuerdo con lo establecido en el pliego de condiciones del Concurso, los nombramientos que hagan las sociedades extranjeras serán sometidos para su visación á los ministros respectivos. A fin de poder dar cabida y colocación artística á la enorme avalancha de carteles que han respondido al llamado, la casa Malagrida proyecta tomar un gran teatro para hacer su exposición monstruo, que sin duda tomará las proporciones de un acontecimiento. Para utilizar en una forma agradable la novedad, pondrá días de moda, en que se cobrará una pequeña entrada, destinada á las instituciones de beneficencia de la Capital.

Los artistas criollos y acriollados, que hasta ahora se habían sacudido entre ellos, van a tener ocasión de probarse en una concurrencia donde puede lograrse un triunfo de los que no se empardan. El que la saque en ésta podrá lanzar como Greco la "sfida" de campeón universal del affiche!



El jurado del concurso, que en la foto[51] tiene como fondo a los carteles que lograron los tres primeros premios, estuvo presidido por el Dr. Miguel Cané y Enrique Casellas ofició de Secretario. Como representante de la Argentina actuó el pintor Ernesto de la Cárcova, ya en la plenitud de su obra, nombrado por la Sociedad Nacional Estímulo de Bellas Artes; Ángel Tommasi, por la colectividad italiana, fue propuesto por la Associazione Artística; Emilio Hugé, fue nombrado por el Club Francés; el Dr. José Solá, sugerido por el Club Español; el Dr. Ernesto Frías, representando a Uruguay, fue propuesto por el Club Oriental; Godofredo Nüesch, fue nombrado por la Sociedad Federal Suiza; W. Ferris Biggs, tomó parte en representación de la Sociedad Literaria Inglesa y José Turtl, por Alemania, fue nombrado por Deustcher Schulverein. Tanto Nüesch como Turtl eran conocidos de Malagrida, ya que ambos eran funcionarios de dos de las imprentas más importantes de Buenos Aires: la Compañía Sudamericana de Billetes de Banco y el Establecimiento Gráfico de Günche, Wiebeck y Turtl, de las cuales era cliente Malagrida.



GRAN CONCURSO UNIVERSAL
DE CARTELES
PARA LOS CIGARRILLOS PARÍS

FALLO DEL JURADO

Reunidos en sesión definitiva, en el día de la fecha, los señores miembros del Jurado internacional nombrado para adjudicar los 15 premios de este Concurso: señores doctor don Miguel Cané (argentino), don Ernesto de la Cárcova (argentino), don Angel Tommasi (italiano), don Emilio Hugé (francés), don José Turtl (alemán), doctor don José Solá (español), don W. Ferris Biggs (inglés), doctor don Ernesto Frías (uruguayo) y don Godofredo Nüesch (suizo), y reunidas las deliberaciones bajo la presidencia del doctor Cané, el Jurado, ateniéndose á lo establecido en el pliego de condiciones del Concurso, ha pronunciado el siguiente

VEREDICTO

PRIMER PREMIO (10.000 francos)

Por unanimidad, al cartel número 358, lema *Amor*, del que, abierto el correspondiente sobre, resulta autor Aleardo Villa, de Milán.

SEGUNDO PREMIO (5.000 FRANCOS)

Al cartel número 360, lema *Irredento!*, de Leopoldo Metlicovitz, de Milán.

TERCER PREMIO (2.000 FRANCOS)

Al cartel número 429, lema *Montmartre*, de Ramón Casas, de Barcelona.

CUARTO PREMIO (1.000 FRANCOS)

Al cartel número 428, lema *Santa Rosa*, de Pío Collivadino (argentino), residente en Roma.

QUINTO PREMIO (750 FRANCOS)

Al cartel número 350, lema *Fifi-Lulú-Mimi*, de Aleardo Villa, de Milán.

SEXTO PREMIO (500 FRANCOS)

Al cartel número 441, lema *Post fata resurgam*, de A. Vaccari y T. Tasso, de Buenos Aires.

SÉPTIMO PREMIO (500 FRANCOS)

Al cartel número 396, lema *Aniversario*, de Alvín Gaspary, de Buenos Aires.

OCTAVO PREMIO (500 FRANCOS)

Al cartel número 179, lema *Macte Animo*, de Charles Michel, de Bruselas.

Accésits (250 francos)

Al cartel número 305, lema *Feu sacré*, de Manuel Mayol, de Buenos Aires.
Al cartel número 309, lema *De aquí al cielo*, de José Sans y Arismendi, de Sevilla.
Al cartel número 339, lema *Berta*, de Laureano Barrau, de Barcelona.
Al cartel número 408, lema *Hallazco*, de Alvín Gaspary, de Buenos Aires.
Al cartel número 380, lema *Romanesque*, de Javier Gosé, de París.
Al cartel número 330, lema *Parisienne par un parisien*, de Eugène Vavasseur, de Asnières (París).
Al cartel número 509, lema *Gamin*, de V. P. Tapia de Buenos Aires.

Premios adicionales

Entendiendo don Manuel Malagrida, organizador del Concurso, que después de hecha la adjudicación de los 15 premios establecidos, quedaban otros carteles dignos de recompensa, puso á disposición del Jurado la suma de 3.200 francos para que éste la distribuyera á su juicio, y el Jurado, aprovechando el generoso desprendimiento del mencionado señor Malagrida acordó crear 16 *segundos accésits* de 200 francos cada uno, que fueron adjudicados á los siguientes carteles:

Accésits segundos (200 francos)

Número 365, lema *Tabako*, de que resulta ser autor P. Téra, de Buenos Aires.
Número 454, lema *Yo lo creo*, de Francisco Benesch, de Lomas de Zamora.
Número 90, lema *Raggio di sole*, de Manuel Mayol, de Buenos Aires.
Número 184, lema *Briomel*, de Belmiro de Almeida, de Río Janeiro.
Número 282, lema *Buenos Aires 818*, de Helmann Pfeiffer, de Budapesth (Hungría).
Número 280, lema *Wadim*, de Gatchino, de San Petersburgo.
Número 348, lema *Ad majorem Paris gloriam*, de J. Simont Guillen, de París.
Número 482, lema *Femme fumante*, de Wladimir Zupansky, de Prague (Austria).
Número 303, lema *P. R.*, de Pedro Riberá, de París.
Número 298, lema *Beso de fuego*, de Giovanni Carpanetto, de Turín.
Número 157, lema *Cardíula*, de Fernando Alberti y Barceló, de Madrid.
Número 231, lema *Los cigarrillos París*, de Max Hubener, de París.
Número 93, lema *Nabbabo*, de Ettore Bigliardi, de Milán.
Número 416, lema *Devoción*, de Francisco Benesch, de Lomas de Zamora.
Número 199, lema *Gloria*, de Luis Palao, de Madrid.
Número 75, lema *Facón*, de Arthur Fräche, de París.
Y como constancia del fallo pronunciado, suscriben la presente acta en el salón de la Exposición de carteles, á 23 de Octubre de 1901.

Miguel Cané, presidente. — *Angel Tommasi*, *Emilio Hugé*, *José Turtl*, *José Solá*, *W. Ferris Biggs*, *Ernesto Frías*, *Godofredo Nüesch*, *Ernesto de la Cárcova*, secretario.

El secretario del Concurso, *Enrique Casellas*.

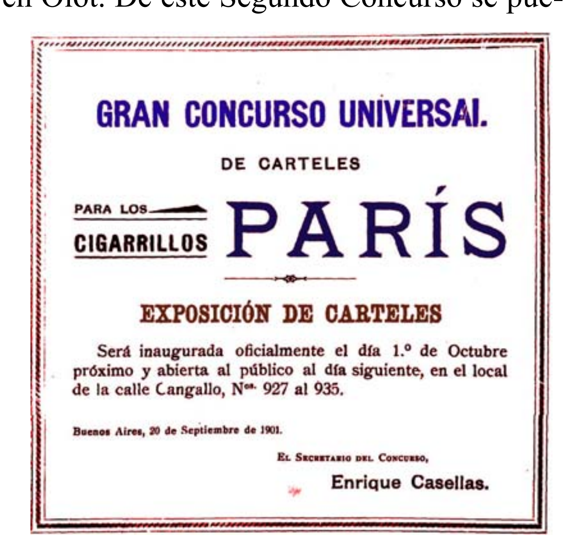
CARTELES PRESENTADOS: 555

PREMIOS CONCEDIDOS: 25.200 FRANCOS

En la reproducción del fallo del jurado[52] del Gran Concurso Universal de carteles para los cigarrillos PARÍS, se indica que el premio al mejor cartel fue elegido en forma unánime entre 555 trabajos provenientes de 34 países.[53] Entre los carteles premiados había trabajos de Italia, España, Argentina, Bélgica, Francia, Hungría, Brasil, Austria y Rusia. Se sabe[54] también que de los 555 carteles, 155 eran de artistas que los enviaban desde Argentina, y los otros 400 carteles habrían llegado del exterior.

Se premiaron en total 31 obras, 22 de las cuales todavía se conservan en el Museo Comarcal de la Garrotxa, en Olot. De este Segundo Concurso se puede decir que, probablemente, haya sido uno de los más grandes de su tipo que se hubiera organizado, tanto por el monto de los premios como por la calidad de los participantes.[55]

El 1° de octubre se inauguró la exposición de carteles[56] en Cangallo 927 y concurrieron 2000 caballeros, además de autoridades nacionales y extranjeras. Se obsequió con un lunch, finas bebidas y tabaco, en un local finamente alfombrado e iluminado con catorce arcos voltaicos. Fue todo un éxito. Luego se habilitó al público, siendo necesario recurrir a la policía para poder ordenar las visitas. Se dieron fiestas musicales, y se obsequió con un catálogo, y luego con un facsímil del fallo del Jurado.



GRAN CONCURSO UNIVERSAl
DE CARTELES
PARA LOS CIGARRILLOS PARÍS

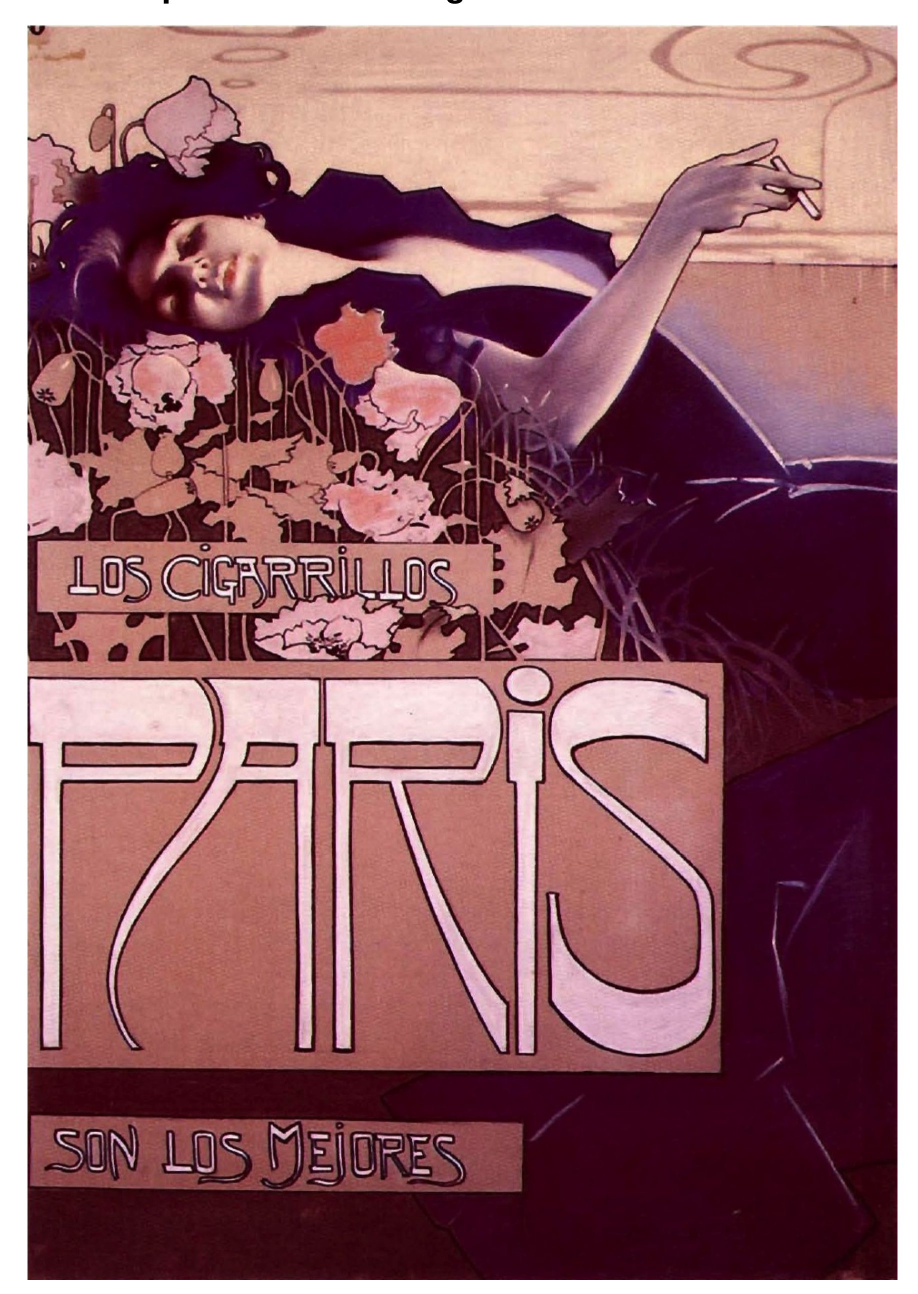
EXPOSICIÓN DE CARTELES

Será inaugurada oficialmente el día 1.° de Octubre próximo y abierta al público al día siguiente, en el local de la calle Cangallo, N[os] 927 al 935.

Buenos Aires, 20 de Septiembre de 1901.

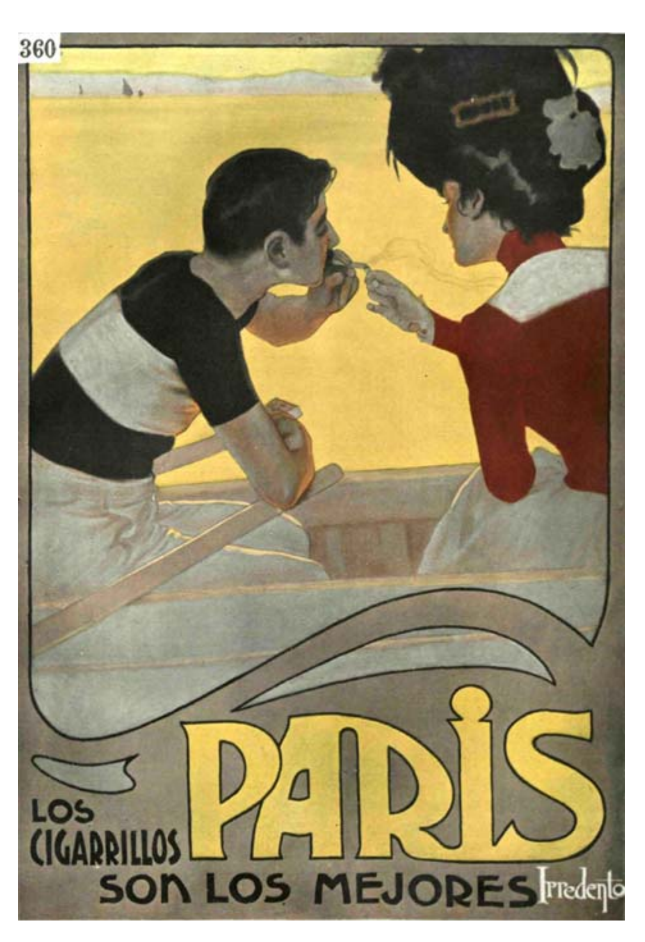
El Secretario del Concurso,
Enrique Casellas.

Carteles premiados del segundo concurso





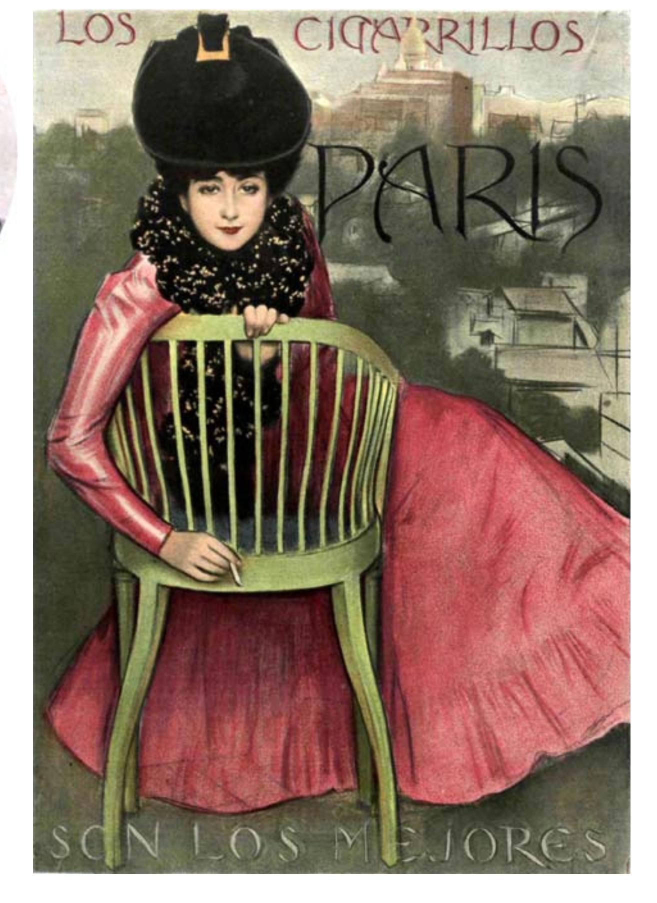
Seguramente el jurado del concurso debió trabajar arduamente para decidir cuáles eran las mejores obras que se habían presentado al certamen, debido a la cantidad y calidad de los carteles participantes.
El affiche ganador[57] del Concurso Universal de los cigarrillos PARÍS del año 1901 llevó como título *Amor* y fue realizado con la técnica de pastel sobre papel. Participó con el N° 358 y obtuvo los 10.000 francos del primer premio.
El autor de la obra ganadora fue el destacado pintor, cartelista e ilustrador de origen italiano Aleardo Villa[58] (1865-1906), especializado en retratos de figuras femeninas. Hacia el final de su carrera Villa abandonó la pintura propiamente dicha para dedicarse de lleno a la gráfica publicitaria, fundamentalmente a la producción de carteles. Aleardo Villa murió suicidándose el 31 de diciembre del año 1906.
Según la opinión de los especialistas[59] el cartel que obtuvo el Primer Premio "*es un buen cartel en lo que respecta a la calidad artística, pero queda la sensación que Aleardo Villa no lo pensó de forma unitaria. Parecería que la mujer de la imagen ha sido adaptada para transformar la obra en un cartel, las letras parecen añadidas encima de esta figura y ese hecho -a mi entender- hace desconocer un poco los resultados*". Saló Parés[60] dice de este cartel: "*... El primer premio... lo he encontrado justificado al observar aquellos tonos violáceos de la ropa de la soberbia mujer y el justo color de las flores que la envuelven; esto aparte de la delineación de las curvas de la figura y el relieve que toman las carnes esculturales*".
Se sabe que de esta obra llegó a realizarse una tirada impresa de carteles, aunque la impresión pierde algo de la luz del cartel original y queda un poco más oscurecida. Actualmente es posible adquirir reproducciones en alta definición de este afiche en varios sitios de internet dedicados a la venta de carteles.

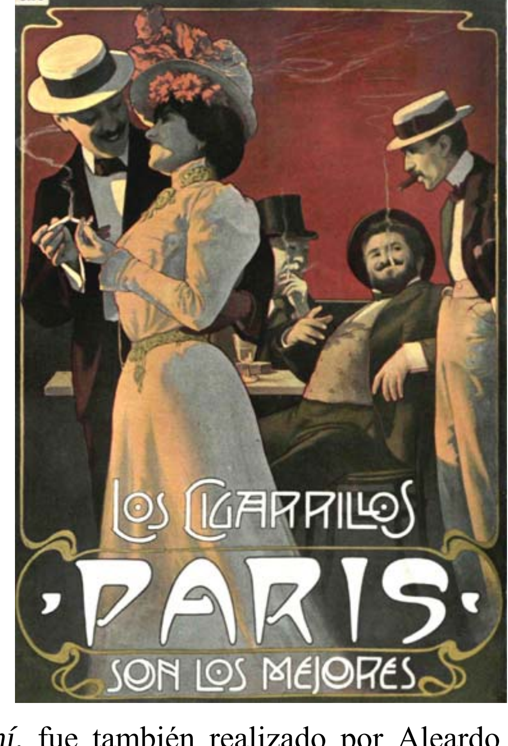


El segundo premio[61] del Concurso Universal correspondió al afiche N° 360 con el título *Irredento*, que se hizo acreedor de 5000 francos. Se desconoce la ubicación actual de este cartel que fue realizado por el pintor, publicista, ilustrador y escenógrafo italiano Leopoldo Metlicovitz (aunque en el anuncio oficial de los ganadores se lo menciona como Metticovitz). Metlicovitz (1868-1944) fue un artista autodidacta y es considerado como uno de los mejores exponentes italianos del Art Nouveau. Dentro de la publicidad su trabajo más famoso es probablemente el sello que todavía es utilizado por el fabricante de la destilería del Fernet Branca, que representa un águila con las alas extendidas alrededor del mundo.

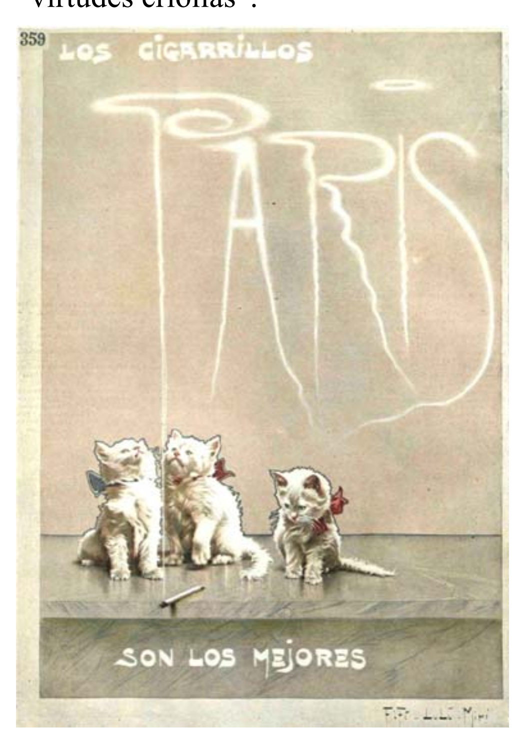
Saló Parés[60] es lapidario con la obra de Metlicovitz y la califica de la siguiente forma: "*No podemos comprender el segundo premio otorgado al artista milanés Metlicowitz por el Jurado calificador. Están bien los tonos y, hasta si se quiere, las figuras, pero la expresión es gastada; parece un anuncio para regatas, y se han visto muchos carteles similares...*"

El tercer premio[62] correspondió al trabajo N° 429 denominado *Montmartre* del catalán Ramón Casas i Carbó (1866-1932) que recibió 2000 francos. El autor utilizó la técnica de lápiz, pastel y tinta sobre papel. Casas fue un pintor español célebre por sus retratos, caricaturas y pinturas. Como diseñador gráfico realizó un gran número de carteles y postales para distintas empresas, obteniendo premios en los concursos organizados por el champán Codorniú y el anís del Mono. Dentro de la industria del tabaco también realizó un cartel para el papel de fumar JOB en 1900. En la opinión de un crítico catalán: "*Y entramos ahora al tercer premio concedido a nuestro artista, el celebrado Ramón Casas. Diríamos mucho, si no temiéramos ser tildados de parciales. Diríamos que vale más que el anterior... y, vaya, lo decimos, ¡qué diablos!; esa carita de parisina vale los 2.000 francos, pero tiene un defecto: el PARÍS que constituye el anuncio de los cigarrillos fabricados por la casa Malagrida, destaca poco, y ya se sabe que esa es la clave...*". En este aspecto, el mismo Malagrida escribió una carta al artista en la que explica en forma muy clara las razones del fallo.[63]

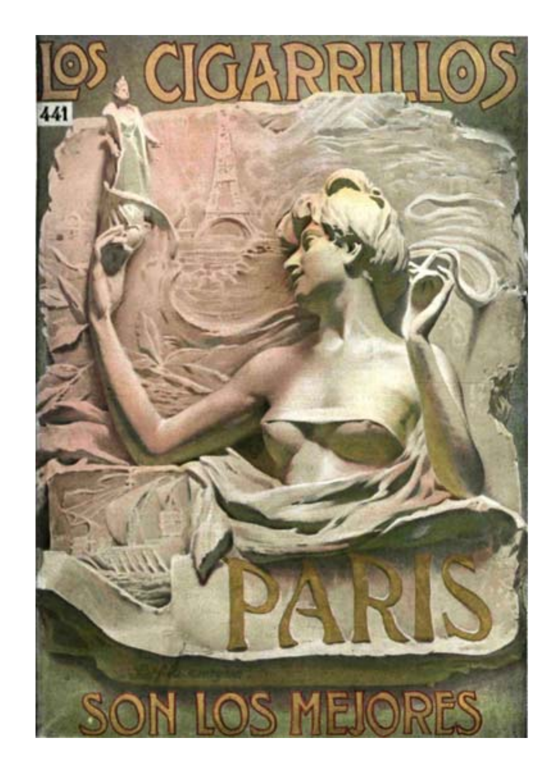




El cuarto premio[64] correspondió al trabajo N° 428 denominado *Santa Rosa* del pintor, escenógrafo y grabador argentino Pío Collivadino (1869-1945). El cartel fue realizado utilizando la técnica de óleo sobre tela y pintado mientras el autor residía en Roma. Collivadino tuvo gran influencia en el arte argentino y formó a varias generaciones de pintores. Gracias a él se creó en la Universidad de Buenos Aires la Cátedra de Grabado, de la que salieron los más importantes grabadores argentinos. En nuestro país fue director de la Academia de Bellas Artes desde 1908 a 1935, director de escenografía del Teatro Colón y director de la escuela nacional de bellas artes Pirildiano Pueyrredón. De este último cargo fue obligado a retirarse por el golpe militar de 1943 del general Pedro Ramírez, quien era hostil a las influencias europeas y favorable a lo que describía como "virtudes criollas".



El quinto premio[65] correspondiente al trabajo N° 359, denominado *Fifí-Lulú-Mimí*, fue también realizado por Aleardo Villa, ganador del primer premio. Esta obra, al igual que el segundo premio, tiene ubicación desconocida, Además de varios carteles publicitarios, por ejemplo para el amargo Campari, la cerveza Poretti o el papel de fumar JOB, su obra "Alegoría del Café y el Banano" se encuentra en el techo de una enorme sala del Teatro Nacional de San José, en Costa Rica y ha sido tan memorable que los costarricenses la han utilizado en el reverso del billete de cinco colones.



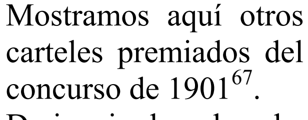
El sexto premio[66] fue otorgado al cartel N° 441 denominado *Post Fata Resurgam*, concebido por Antonio Vaccari y Torcuato Tasso. La obra fue realizada con la técnica de acuarela sobre papel. Tasso (1855-1935) fue un escultor catalán que vivió más de 50 años en nuestro país. Sus obras se encuentran en innumerables museos, catedrales y parques públicos. Esculpió, por ejemplo, el monumento a San Martín, en Rosario; la urna que guarda los originales del Himno Nacional Argentino; la estatua de la Justicia; en el palacio del Honorable Congreso de la Nación hay obras de este gran maestro; y además inmortalizó a los grandes próceres Bernardino Rivadavia y Esteban Echeverría, frente a la plaza San Martín (Buenos Aires); al general Estanislao Soler, en la Recoleta (Buenos Aires); a Gregoria Pérez, Carlos Pellegrini, Nicasio Oroño, Juan José Paso, en la Plaza Independencia (Buenos Aires); a Ameghino, Emilio Bunge, Luis Huergo, Jorge Newbery, etc.



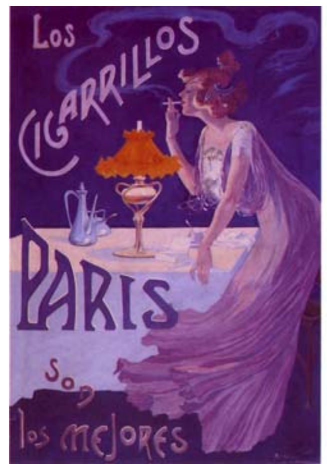








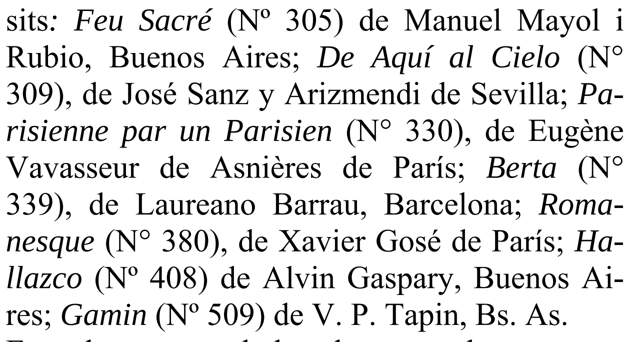
Mostramos aquí otros carteles premiados del concurso de 1901[67].







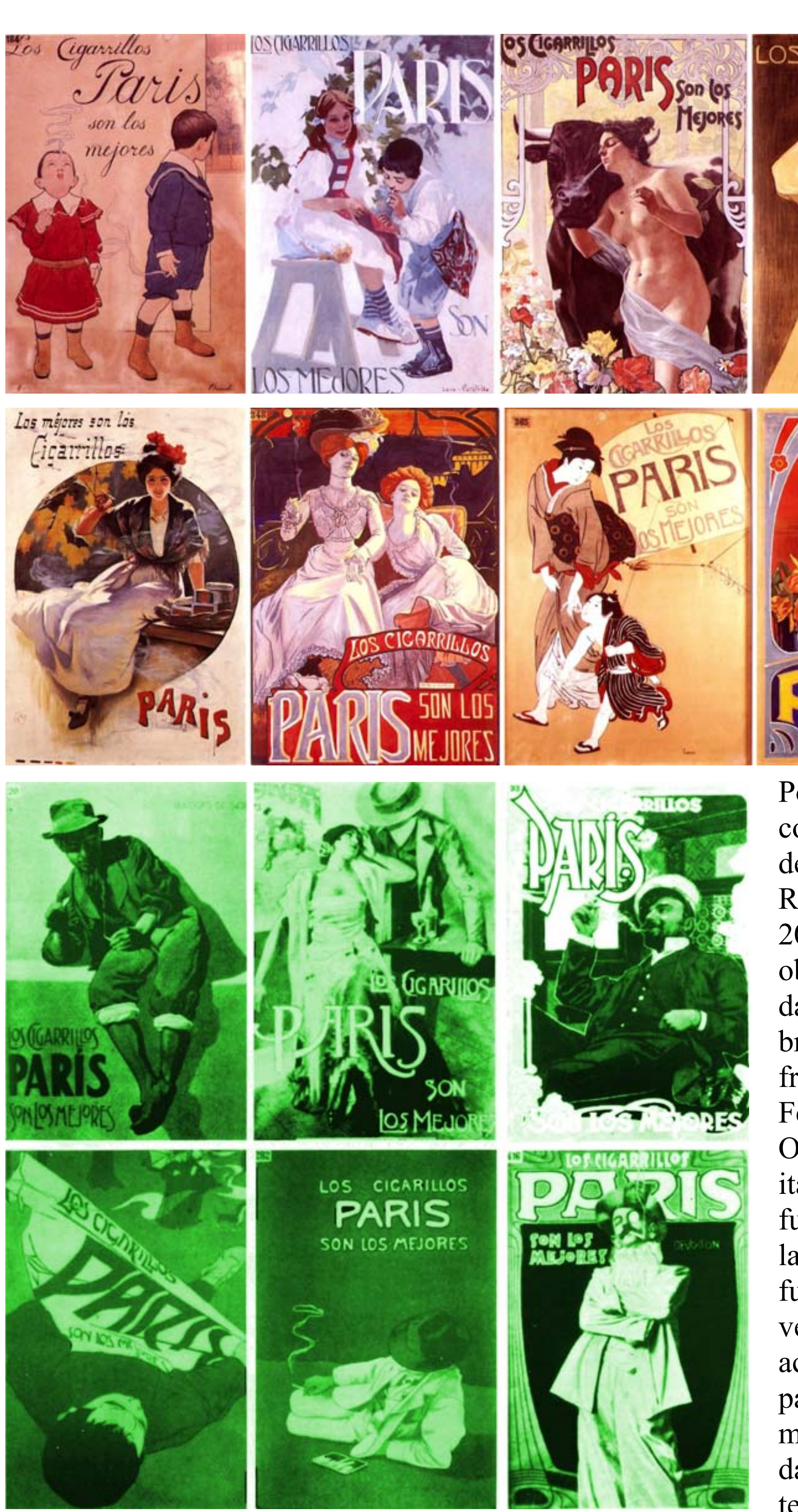
De izquierda a derecha y de arriba hacia abajo se reproducen: el séptimo premio (N° 396): *Aniversario*, de Alvin Gaspary de Buenos Aires; octavo premio: *Macte Animo* (N° 279), de Charles Michel de Bruselas; accésits*: Feu Sacré* (Nº 305) de Manuel Mayol i Rubio, Buenos Aires; *De Aquí al Cielo* (N° 309), de José Sanz y Arizmendi de Sevilla; *Parisienne par un Parisien* (N° 330), de Eugène Vavasseur de Asnières de París; *Berta* (N° 339), de Laureano Barrau, Barcelona; *Romanesque* (N° 380), de Xavier Gosé de París; *Hallazco* (Nº 408) de Alvin Gaspary, Buenos Aires; *Gamin* (Nº 509) de V. P. Tapin, Bs. As.







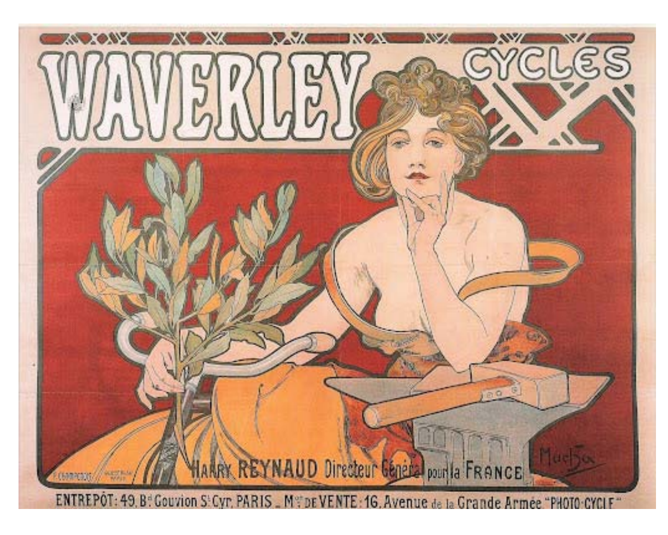
Entre los autores de las obras ganadoras encontramos varios nombres destacados. Manuel Mayol, inmigrante español colaborador de la revista satírica *Don Quijote*, cofundador y dibujante principal de *Caras y Caretas* y *Fray Mocho* y fundador de *Plus Ultra*, una revista considerada entre las mejores del mundo por la calidad de su material literario, artístico y gráfico. El francés Alvin Gaspary, quien junto a Antonio Vaccari fueron los únicos en obtener premios en ambos concursos, Laureano Barrau quien fue un reputadísimo pintor impresionista catalán que se dedicó durante sus 94 años de vida a la pintura histórica y paisajística, obtuvo medallas en las principales ciudades de Europa y hoy sus cuadros cuelgan en museos de España, París, Bruselas, Buenos Aires, Montevideo y Río de Janeiro. Xavier Gosé fue un dibujante y pintor español, radicado en París, considerado uno de los mejores ilustradores de estilo modernista, publicaba asiduamente en *Le Rire* (París) y *Pèl & Ploma* (Barcelona). La presencia de estos nombres destacados, y de varios más cuyos trabajos no fueron premiados, refleja la calidad de los artistas que participaron en este concurso, confirmando que el certamen fue uno de los más importantes, si no el más, de entre los que se organizaron hasta ese momento.



Por último presentamos los carteles con menciones de segundo accésit[68] del concurso de los cigarrillos PARÍS, que obtuvieron un premio de 200 francos. Como el resto de las obras, varias de ellas fueron realizadas por reconocidos artistas, como el brasileño Belmiro de Almeida; el francés Arthur Foäche; los españoles Fernando Albertí Barceló, Luis Palao Ortubia y Pedro Ribera Dutaste y el italiano Giovanni Carpanetto, quien fue el creador del primer logotipo de la fábrica de autos Fiat. Los carteles fueron confeccionados utilizando diversas técnicas como óleo sobre tela, acuarela, carboncillo sobre papel o pastel sobre papel. Las seis obras monocromáticas (que fueron coloreadas artificialmente) tienen actualmente paradero desconocido.

Malagrida viajó a Europa en 1902 con la intención de exponer los carteles ganadores en Barcelona, París, Berlín y Milán, para que “los artistas concurrentes se den cuenta exacta de la rectitud y acierto con que ha procedido el Jurado”. La trascendencia del concurso fue tal que las obras, donadas por Malagrida al Museo de Olot, se volvieron a exponer muchos años después de haber sido realizadas. Por ejemplo en el año 1984 se presentaron en la sala Cultural de Cajamadrid, en Barcelona, según consta en la crónica publicada por el diario catalán La Vanguardia.[69] También volvieron a exponerse en 1995, fecha en la que la Editorial Fundación La Caixa de Barcelona editó un catálogo de 113 páginas llamado *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París,* de donde hemos tomado la mayor parte de las imágenes y la información aquí presentadas. También existe una revisión del año 2013 de este libro en versión digital.[70]





Un párrafo aparte merece la obra del famosísimo pintor, cartelista y artista decorativo checo Alphonse Mucha, ampliamente reconocido por ser uno de los máximos exponentes mundiales del Art Nouveau.

La obra de la dama fumando, estuvo expuesta en la Grosvenor Gallery de Londres en el año 1995 y demuestra que también este autor tomó parte del Concurso Universal organizado por Malagrida. La galería de arte Rennert,[71] especializada en cartelería, estima su valor actual en el rango de 250.000 a 300.000 dólares. El interés de este artista de primer nivel mundial por el concurso de afiches comprueba que la mayoría de los mejores cartelistas de aquel momento, exceptuando a Toulouse Lautrec que había muerto ese mismo año, enviaron sus obras al evento, motivados por la cuantía de los premios y el prestigio que podía suponer la misma participación.

Mientras buscábamos información sobre la obra del artista checo, nos encontramos con varios sitios de internet que afirman que el cartel de Mucha de los cigarrillos PARÍS fue creado en 1897. Esto es obviamente imposible ya que el concurso recién se realizó cuatro años después.

Según Antoni Monturiol i Sanés[72] la obra de Alphonse Mucha puede reconocerse en una de las fotografías del conjunto de la muestra de 1901, publicadas en la *Revista Ilustrada del Gran Concurso Universal de Carteles de los Cigarrillos París*.[73] Aunque se desconocen las razones, el cartel aparece con una gran etiqueta pegada al frente con la inscripción “plagio”. Mirando el registro de lemas en un apartado donde están mencionados los plagios, Monturiol i Sanés identificó a este cartel como el Nº 7 *Lotus Bleu II*. Es probable que Mucha hubiera participado cómo mínimo con otro afiche ya que el Nº 6 llevaba el lema *Lotus Bleu I*.

Mucha realizó un cartel muy similar al presentado en el concurso de los cigarrillos PARÍS para la marca de bicicletas Waverley.[74] Monturiol i Sanés afirma que el cartel de las bicicletas es de 1916, aunque otras fuentes lo datan en 1898,[74] por lo que sería previo[75] al afiche de los cigarrillos París. Los dos carteles presentan a la misma mujer sentada en idéntica posición y solo varían unos pocos detalles entre ambos. Sin embargo, a primera vista la pose de la dama parece más adecuada para fumar un cigarrillo que para sostener una bicicleta. Independientemente de cuál se realizó primero, es evidente que Mucha reutilizó su idea para confeccionar el segundo trabajo.

Esta similitud entre obras de un mismo artista también se dio en el cartel premiado Nº 303 de Pedro Ribera (el primero de la segunda fila entre los que lograron un segundo accésit). El retrato de la dama de pollera blanca y flores rojas en la cabeza, sentada en un banco mientras fuma, es casi idéntico a su obra *La Vendedora de Granadas*, tal cual puede observarse en la reproducción que se muestra en el libro *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*.[76]

Otras publicidades y concursos.

Las obras premiadas del segundo concurso de afiches fueron utilizadas continuamente en la publicidad de las marcas de Malagrida, ilustrando las marquillas de los cigarrillos de La Invencible y El Telégrafo, luego las de Álvarez y Cía., y hasta las fabricadas por la Cía. Argentina de Tabacos Ltda. También fueron motivo de una serie de hermosas postales, y hasta se incluían dentro de los atados de cigarrillos. Paralelamente, la empresa promocionaba sus productos utilizando diferentes estrategias publicitarias. Por ejemplo, entre junio y diciembre de 1906 aparecieron en *Caras y Caretas* una serie de avisos de los cigarrillos PARÍS que trataban de asociar la imagen de la marca con sitios mundialmente reconocidos. En una limitada selección[77] de estas publicidades encontramos, por ejemplo, a la Torre Inclinada en Pisa, el Parlamento de Londres, la Torre Eiffel en París, el Capitolio en Washington, la Plaza San Pedro en Roma, la Plaza de Toros en Sevilla, el Estrecho de Magallanes en Tierra del Fuego o la Avenida de Mayo en Buenos Aires, por la que aún circulaban caballos y carretas.



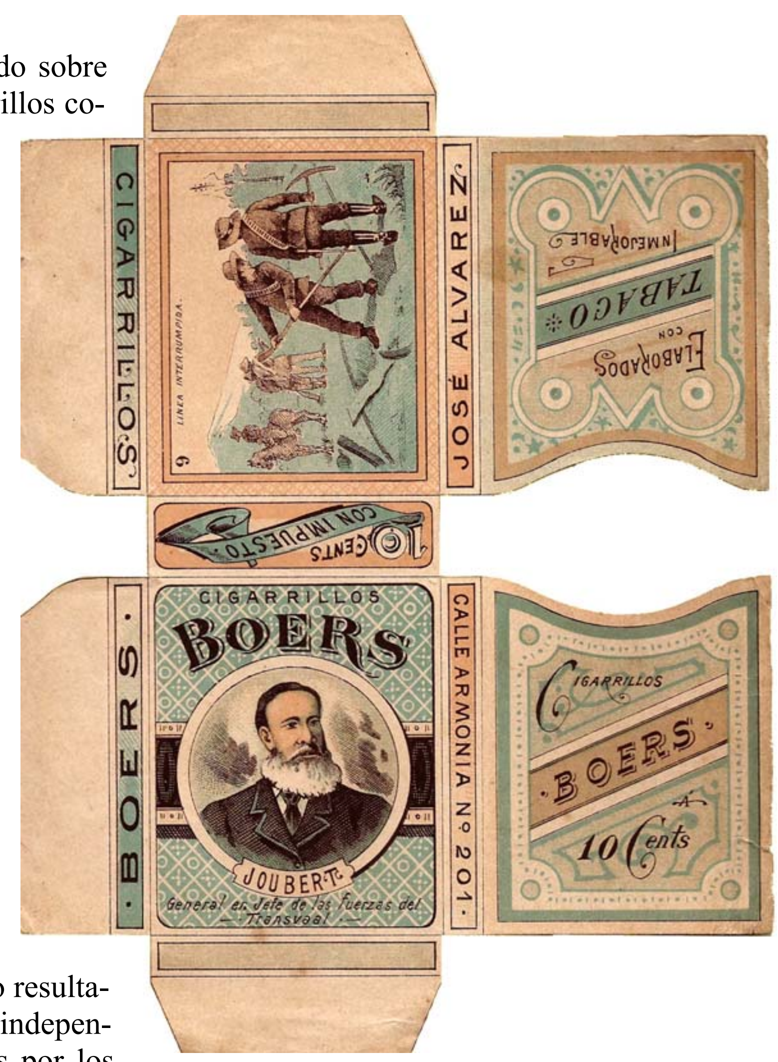


Los concursos continuaron siendo un recurso excelente para captar consumidores. Así en 1905 se promocionó el "Gran Concurso de los Cigarrillos PARÍS" que tenía 30.000 pesos en premios, una cifra 3 veces superior a la repartida a los ganadores del certamen de afiches. En el cartel anunciador[78] se informaba que los premios se adjudicarían a los poseedores de la mayor cantidad de los boletos que venían en el interior de los atados.

Los bonos o cartoncitos podían canjearse por todo tipo de premios. Por cinco cartoncitos se entregaba otro atado[79], y de allí en más retratos, postales, objetos de tocador, juguetes mecánicos, anteojos de larga vista, relojes, tinteros, etc. Hasta se otorgaban billetes para los sorteos de la Lotería Nacional de Beneficencia. Para proceder al canje de los premios se montó una verdadera exposición de obsequios en el local de la calle Esmeralda 258, y se recomendaba a todas las personas de buen gusto que no dejaran de visitarla pues "hay infinidad de objetos, los más novedosos y útiles, que se entregarán a cambio de los bonos que van en los atados de los cigarrillos PARÍS".



La manufactura Álvarez y Cía.



El único antecedente que hemos hallado sobre José Álvarez como fabricante de cigarrillos corresponde a la marca BOERS, que venía en atados con formato de carterita y se vendía por 10 centavos.
De acuerdo al contexto histórico que aparece en las etiquetas es posible datarla como de principios de la década de 1900. El establecimiento de José Álvarez estaba situado en la calle Armonía 201, que desde el año 1912 pasó a llamarse 15 de Noviembre de 1889. Aunque las alturas actuales son distintas, es posible que la fábrica haya estado cerca de la Estación Constitución en la ciudad de Buenos Aires.
Como puede verse en la marquilla, los cigarrillos BOERS recuerdan a las Guerras de los Boers, dos conflictos armados en los que se enfrentaron el Imperio Británico con los colonos de origen neerlandés (llamados bóer, afrikáner o voortrekker) en Sudáfrica. El nombre Bóer viene del holandés bóer y significa granjero o campesino. La última de estas guerras dio como resultado la extinción de las dos repúblicas independientes (Transvaal y Orange) fundadas por los boers.
El primero de los conflictos, conocido como guerra del Transvaal, se desarrolló entre el 16 de diciembre de 1880 y el 23 de marzo de 1881 y permitió a los colonos boers el autogobierno de la región de Transvaal, luego de derrotar a los británicos. Sin embargo, el descubrimiento en la región del mayor filón de oro del mundo, provocó una nueva guerra entre los boers y Gran Bretaña, desde el 11 de octubre de 1899 al 31 de mayo de 1902, que finalizó con la victoria inglesa y la anexión de los territorios primero al Imperio Británico y luego a la Unión Sudafricana en 1910.
El comandante general Piet J. Joubert, cuyo retrato aparece en la etiqueta, estuvo al mando de las fuerzas boers de Transvaal en la primera guerra y fue el encargado de rechazar los ataques de la caballería e infantería británicas en la batalla de Laing´s Neck en enero de 1881. Murió de peritonitis en marzo de 1900 mientras se desarrollaba la segunda guerra anglo-bóer.
Por el número 9 que aparece en la escena de la cara posterior de la marquilla, es posible deducir que las etiquetas traían distintos motivos relacionados con la guerra entre los boers y los ingleses. La ilustración con la leyenda “línea interrumpida” se refiere probablemente a la guerra de guerrillas que se desarrolló al final de la segunda guerra. Aunque habían sido vencidos en el campo de batalla, los boers se negaron a aceptar la derrota y empezaron a atacar los ferrocarriles y tendidos telegráficos (como puede verse en la ilustración) del ejército británico en todo Transvaal, el Estado Libre de Orange e incluso dentro de la Colonia del Cabo.
Existen registros que hacia 1918 esta marca era elaborada por La Vencedora, de Fermín Subízar, que para esa fecha ya formaba parte del conglomerado de tabacaleras conocido como la Compañía Argentina de Tabacos.

En el libro de Juan José Ruiz[80] y en un artículo aparecido en la revista *Caras y Caretas*,[81] se menciona que la sociedad Álvarez y Cía. se formó en 1907 a partir de la fábrica original de Malagrida establecida en 1892 y la constituyeron los señores José Álvarez, Arturo Viader, Francisco Dalmau y Manuel Malagrida. La empresa comenzó funcionando en el edificio de Malagrida de la calle Esmeralda 240. Sin embargo, ya hemos mencionado que en octubre de 1905 Malagrida presentó la solicitud de registro de la marca JAPONESES en cuya marquilla figura por primera vez el nombre de J. Álvarez. Es por eso que hemos tomado a 1905 como el año inicial de la asociación, aun cuando la razón social se conformara dos años más tarde,

La firma continuó fabricando las antiguas marcas de La Invencible y El Telégrafo, pero tuvo en los cigarrillos CENTENARIO, sin lugar a dudas, su marca más característica y reconocida. Manuel Malagrida registró el 09 de diciembre de 1905, con gran sentido de la oportunidad y anticipación, una primera versión de la marca CENTENARIO con el número 16839. Esta marquilla, con la representación alegórica de la Argentina y la imagen de San Martín en su juventud, nunca (hasta donde sabemos) salió a la venta. Notar que en el lateral de la marquilla también figura el nombre de J. Álvarez, aunque en el acta del registro aparece el nombre de Malagrida. El diseño de la carterita de 20 centavos que finalmente llegó al mercado lo registró la casa Álvarez y Cía. el 30 de marzo de 1908 bajo el número 22937, más de dos años antes del acontecimiento. Tenía el rostro de San Martín en el anverso, la efigie de La Libertad en el reverso, y ventanas interiores ovales para personalidades destacadas de nuestra historia.

En junio de 1909 el establecimiento se trasladó a una moderna fábrica de la calle Perú 752-756, especialmente construida para la elaboración de cigarrillos. El edificio estaba compuesto de tres cuerpos, sótanos, planta baja y piso superior. Fue montado utilizando los últimos progresos de la edificación y ocupaba una extensión de unos mil quinientos metros cuadrados. En 1910 trabajaban en la compañía más de 300 empleados de ambos sexos dedicados a las tareas de secado y picado del tabaco, fabricación, empaquetamiento y embalaje de los cigarrillos. Para acondicionar el tabaco se utilizaban cuatro picadoras de origen inglés y veintidós máquinas (entre las cuales había once Bonsack) armaban los cigarrillos sin utilizar pegamento. El empaquetamiento lo realizaban manualmente un gran número de mujeres en un taller especialmente acondicionado en la planta baja, donde también funcionaban la sala de máquinas, el departamento de embalaje, el despacho y parte de las oficinas comerciales.



Fábrica de los cigarrillos CENTENARIO de Álvarez y Cía. en la calle Perú 752-756.



Con el objetivo de evitar falsificaciones, la etiqueta de los cigarrillos CENTENARIO se ideó con un diseño extremadamente complejo. Los fondos de seguridad, las filigranas y las rosetas eran similares, en diseño y calidad, a las utilizadas en los billetes de banco. Las marquillas eran impresas por las gráficas más acreditadas en Buenos Aires: Günche, Wiebeck y Turtl; Alejandro Bianchi y Podestarelli y Bonfiglio.

En sus primeros años la marca se asoció fundamentalmente con los personajes más ilustres de la historia de nuestro país, ya sea en sus publicidades, en los premios y obsequios o en la naturaleza de los concursos que organizaba.

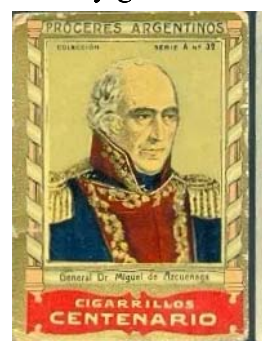
Las carteritas de 20 centavos llevaban en sus dos caras internas distintos retratos seriados de próceres de la historia argentina. Las ventanas eran rectangulares en lugar de las ovales que tenía el diseño presentado en el Registro de Marcas en el año 1908. Todas las marquillas de la "Colección histórica de los cigarrillos CENTENARIO" que conocemos tenían el retrato de un patriota varón en la cara contigua a la imagen de San Martín y el de una patriota mujer del lado de la efigie de La Libertad. Entre los próceres que aparecieron en algunas de las marquillas que se han conservado podemos mencionar a Moreno, Rivadavia, Galaro, Yaniz, Francisco M. de Horma, Francisca S. de Ibarrola, Bernardina C. de Viamonte, las hermanas Benita y Dionisia Nazarre. Una de las marquillas que mostramos tiene el número 131, por lo que se deduce que la cantidad de próceres de nuestra historia que se homenajearon con esta colección ha sido muy grande.

















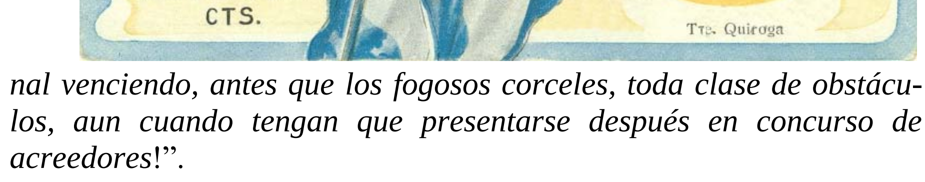
Dentro de las carteritas de 20 centavos se incluían figuritas a color[82] de la denominada "Colección de Próceres de la Independencia" que estaba formada por se-

ries de Próceres Argentinos y Patricias Argentinas. En el frente de la figurita aparecía el retrato de una personalidad destacada y la parte trasera traía una breve reseña de su contribución a la independencia del país. Por los números y series que llevan las figuritas se deduce que han sido editadas varias decenas (o incluso centenas) de retratos.

Estas figuritas podían canjearse por una gran cantidad de obsequios y premios. Por ejemplo, con 2000 figuritas se podía obtener una medalla de oro de 20 gramos conmemorativa del Centenario Argentino en 1810.[83] Menores cantidades de cartoncitos podían canjearse por medallas más pequeñas de oro o de plata. Con 500 a 1000 figuritas se conseguían relojes de péndulo o de mesa, y también era posible canjearlas por dinero en efectivo al valor de dos centavos el cartoncito.

A fines de 1908 se editó una serie de postales[84] conmemorativas del concurso hípico internacional realizado en la Sociedad Sportiva de Buenos Aires en el mes de noviembre. En las postales aparecían militares como el general R. M. Aguirre, Ministro de Guerra de Figueroa Alcorta, o personalidades de la alta sociedad porteña como por ejemplo el Barón Antonio de Marchi, esposo de una de las hijas de Julio A. Roca. Una breve reseña de la revista P.B.T.[85] ejemplifica el tenor de estas reuniones hípicas: "*Nuestras familias bien, de salud y de plata, se han dado cita para presenciar el hermoso certamen hípico, anunciado por carteles. No faltarán a la cita ninguno de los chicos elegantes de puro pedigrée, ni una sola de las hermosas de raza. ¡Cueste lo que cueste, no pocos irán al concurso internacional venciendo, antes que los fogosos corceles, toda clase de obstáculos, aun cuando tengan que presentarse después en concurso de acreedores*!".







El éxito de los cigarrillos CENTENARIO en nuestro país llevó a que en mayo de 1910 el señor Eduardo M. Álvarez, apoderado de Álvarez y Cía., solicitara el registro de la marca en la República Oriental del Uruguay para los artículos 1 y 7, clases 1.a y 59.a relacionadas con productos derivados del tabaco. El número de acta ante el registro de marcas de Uruguay fue el 349.[86] Notar que a diferencia de la marquilla de 20 centavos que se vendió en la Argentina, el diseño registrado en Uruguay tenía la imagen de San Martín anciano.

Además de CENTENARIO, Álvarez y Cía. registraron las marcas 1810-MAYO-1910 (Nº de acta 23905, de diseño muy similar a los CENTENARIO) e INDEPENDENCIA ARGENTINA (Nº de acta 23905) que, hasta donde sabemos, nunca llegaron a comercializarse.

La marquilla de los cigarrillos CENTENARIO EXTRA FINOS de 30 centavos fue registrada el 09 de septiembre de 1908 bajo el número 24116. En la imagen monocromática presentada ante el Registro de Marcas aparece el rostro de San Martín ya anciano. La marquilla que mostramos data de alrededor de 1910 y en ella se reproduce en relieve el rostro del Dr. Mariano Moreno. Estos eran los cigarrillos de calidad intermedia fabricados por Álvarez y Cía., destinados a la clase media-alta de la sociedad argentina.



En 1912 la elaboración de la marca CENTENARIO ya alcanzaba a casi 200.000 atados diarios, esto es, aproximadamente 2.500.000 de cigarrillos por día. Para ello se empleaba ahora a 450 obreros de ambos sexos, entre los que había más de doscientas mujeres que se ocupaban principalmente en tareas de empaquetado a mano, ya que todavía no se habían incorporado las empaquetadoras automáticas. Cada una de las 21 cigarrilleras Bonsack que poseía la firma producía hasta 10.000 atados por día y otras once máquinas Decoufle se utilizaban para la manufactura de unos 4000 atados diarios de los cigarrillos más finos, que eran engargolados (pegados sin goma). Los cigarrillos CENTENARIO partían con destino a las más lejanas provincias como Tucumán y Mendoza, y por supuesto a las plazas más importantes como Rosario y Córdoba. La propaganda inundaba las paredes, vestíbulos, diarios y revistas y hasta los boletos del tranway.

En la etiqueta de los CENTENARIO NON PLUS ULTRA de 50 centavos se reproduce la imagen de Domingo Matheu, comerciante, y político español nacido en Barcelona, quien fue uno de los comerciantes más poderosos del Río de la Plata y formó parte de los gobiernos posteriores a la Revolución de Mayo de 1810.

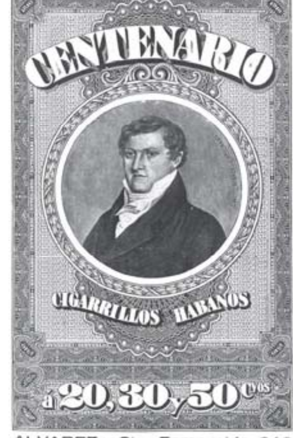
Los NON PLUS ULTRA eran la variedad más cara de las fabricadas por la empresa, y estaban dirigidos a las clases de mayor poder económico. La frase latina “non plus ultra” significa “no más allá” y se utiliza cuando se quiere denotar algo que es excelente o muy difícil de superar.

En esa época había muy pocas marcas de cigarrillos de producción masiva que costaran 50 centavos o más por paquete. Además de los CENTENARIO NON PLUS ULTRA, podemos mencionar los CARLOS PELLEGRINI de 60 centavos con boquilla de corcho, fabricados por Molina y Cía., los CAMPEÓN de 50 centavos, elaborados por La Platense de M. Cassaín y Cía. y los ORO de lujo, manufacturados por la Compañía Tabacalera Argentina, a $1 la caja de 25 cigarrillos.



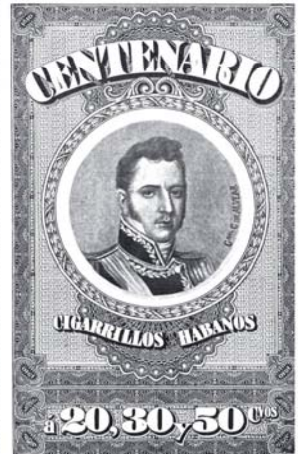
Los próceres de nuestra independencia formaron parte de las campañas publicitarias de los cigarrillos CENTENARIO, que desde su nacimiento asociaron el espíritu patriótico a las bondades de la marca. Así aparecieron en sus avisos (y también en las marquillas) una vasta cantidad de las figuras más solemnes de los primeros años de nuestra patria. En la selección que hemos realizado se puede ver a José de San Martín, Manuel Belgrano, Guillermo Brown, Nicolás Rodríguez Peña, Carlos María de Alvear y Joaquín del Pino (penúltimo virrey del Río de la Plata).







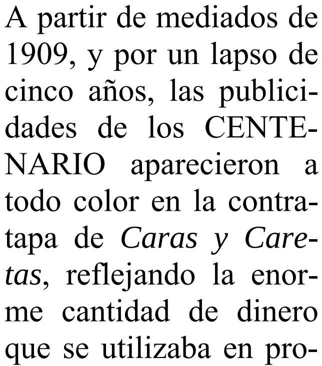








Como dato anecdótico la primera publicidad de la marca apareció en el Nº 503 de *Caras y Caretas*, que salió a la venta, vaya casualidad, el 25 de mayo de 1908. Estos avisos[87] fueron los primeros de la marca en publicarse en forma serial desde mediados de 1908 y por aproximadamente seis meses.



A partir de mediados de 1909, y por un lapso de cinco años, las publicidades de los CENTENARIO aparecieron a todo color en la contratapa de *Caras y Caretas*, reflejando la enorme cantidad de dinero que se utilizaba en propaganda. Era común que aparecieran avisos muy elaborados y coloridos[88] en los que nuestra bandera, escudo, y demás símbolos patrios eran asimilados a la marca de cigarrillos



Pasado el centenario, la asociación de la marca con la patria comenzó a reemplazarse gradualmente por imágenes de mujeres bellas y refinadas, acompañadas de elegantes hombres que invitaban a consumir los cigarrillos CENTENARIO. Esto se produjo, sugestivamente, desde finales de 1910 cuando la empresa Álvarez y Cía. estaba a punto de ser absorbida por la Compañía Argentina de Tabacos Ltda., de capitales ingleses.



En el mes febrero de 1909 la marca de cigarrillos CENTENARIO convocó[89] su primer concurso. Se trató de un certamen en el que se invitaba a artistas locales y extranjeros a que realizaran diseños o dibujos de carros alegóricos para la celebración de los 100 años de la Revolución de Mayo de 1810.



Proyecto que obtuvo el primer premio de $ 3.000



J. Vila y Prades



Proyecto que obtuvo el segundo premio de $ 1.000



J. Vila y Prades

Proyecto que obtuvo el tercer premio de $ 500



José Soriano Torrejón

En las bases del concurso,[90] se indicaban las medidas del carro (4.5 m de alto, 5.5 m de largo y 2.2 m de ancho) y la obligatoriedad de la presencia de la leyenda CIGARRILLOS CENTENARIO 1810-1910. El concurso cerró el día 15 de octubre de 1909 y el jurado estuvo compuesto por el abogado Dardo Rocha (fundador de la ciudad de La Plata y de su Universidad), el arquitecto belga Julio Dormal (realizador de numerosas obras públicas en Buenos Aires, La Plata y Mar del Plata), el pintor Ernesto de la Cárcova (primer director de la Academia de Bellas Artes de la Nación), el escultor catalán Torcuato Tasso (quien había sido premiado en el concurso de carteles PARÍS), el artista y pintor italiano Francisco Parisi, el catalán José Artal (fue el primero en organizar exposiciones artísticas en la Argentina) y César Maureso.

Los premios primero y segundo del “Carro alegórico para el Centenario del 25 de Mayo de 1810” (notar que a esta fecha se la denominaba de la Independencia Argentina) fueron otorgados a los proyectos ideados por el pintor valenciano Julio Vila y Prades (1873-1930), gran promotor de la pintura española en Buenos Aires. En su estancia en Sudamérica pintó, entre otras, las obras *Primera Junta* y *El paso del Ejército Libertador por la cordillera de los Andes*, además de realizar la pintura decorativa del Palacio de Gobierno en Tucumán y del Club de Mar de Plata. Sugestivamente era yerno de José Artal, uno de los miembros del jurado. El tercer premio correspondió a la obra de José Soriano Torrejón. El proyecto del carro que obtuvo el primer premio fue finalmente construido y participó del desfile del centenario patrio.[91]



Las mujeres siempre han tenido una presencia central en la publicidad de todos los productos comerciales y, especialmente, en los de la industria del tabaco.

La fábrica Álvarez y Cía. utilizó los atractivos femeninos ampliamente en una enorme cantidad de avisos que aparecieron en forma consecutiva en la contratapa de *Caras y Caretas* durante aproximadamente un año y medio (80 ediciones) comenzando en octubre de 1910. De esta forma se produjo la migración en el estilo de la marca, desde una imagen ligada al patriotismo y a la argentinidad, hacia una totalmente distinta, en la que se destaca el estatus social que otorgaba fumar los cigarrillos CENTENARIO.



La presencia publicitaria de la mujer no solo es utilizada para atraer al público masculino, sino que se la muestra fumando abiertamente en público, desafiando las costumbres de principios del siglo XX.

Aparece en general rodeada de apuestos y serviciales caballeros, e incluso en algún aviso se la ve conduciendo un carruaje, un símbolo más de la incipiente independencia femenina que se estaba gestando en esos años. Esta serie de publicidades, entonces, intenta también captar para la marca la franja de mujeres de clase media/alta que disponen de cierta independencia económica y un espíritu de rebeldía social.

Un buen número de los avisos fueron firmados por su autor.[92] En los de la primera época aparecen dos iniciales, aparentemente E.F., pero lamentablemente no hemos podido identificar a quien pertenecen. Desde el Nº 649 hasta el 708 casi todos los avisos están firmados por José Friedrich, un dibujante y caricaturista checo radicado en la Argentina a fines del siglo XIX y que trabajó también en las revistas *Plus Ultra* y *Fray Mocho*. Posteriormente aparecen trabajos firmados por el español Federico Ribas, conocido como "Mirko", R. Molinari, Pernello, Borgnal, Boronalli, y varios ilustradores más cuyas firmas es imposible descifrar.

Ya en poder de la C.A.T. la marca CENTENARIO continuó con la realización de concursos para captar seguidores. A principios de 1912 lanzó una singular convocatoria cuyo primer premio era un potrillo de nombre, como no podía ser de otra manera, CENTENARIO. Nuevamente se apelaba a la imagen femenina para la promoción. En los avisos[93] se decía que estaba valuado en $50.000 y asegurado en 6.000 libras esterlinas. El ganador además recibiría $5.000 para inscripciones y $3.000 para el mantenimiento.



A principios de mayo de 1912, apenas finalizado el concurso anterior, se realizó un nuevo certamen[94] con la inmensa cantidad de $100.000 como premio a repartir entre todos los ganadores. En esta ocasión el primer premio sería otorgado al participante que presentara el mayor número de marquillas vacías, con su correspondiente estampilla fiscal antes del 31 de julio de 1912. Según los propios organizadores:[95]



"*La elevadísima cifra de los concurrentes se debe, más que al premio en sí, á la incontrarrestable popularidad de que gozan las marquillas CENTENARIO, conocidas de un extremo al otro de la república, al punto de que no existe una sola localidad, por insignificante que sea, en la que no se expendan nuestros cigarrillos. Sólo de esta manera se explica el hecho que hayamos recibido encomiendas postales absolutamente de todas partes, dato revelador de la veracidad de nuestro aserto*".



Cierto es también que el fin de este tipo de concursos era retirar de circulación la mayor cantidad de marquillas usadas para evitar adulteraciones. Apenas se conocieron los resultados del primer concurso, ya se había lanzado la segunda edición[96] con fecha de finalización el último día de 1912 y con premios y características similares al anterior.



En abril de 1913 tomó lugar un nuevo concurso[97] en el que los participantes debían adivinar la cantidad de granos de maíz que había adentro de un cartón de 20 atados de los cigarrillos CENTENARIO. El número exacto debía enviarse en un cupón que venía en las marquillas de $0.20 o al dorso de las de $0.30 y $0.50. En esta ocasión los premios más importantes eran variadas joyas de oro, platino, diamantes, rubíes, brillantes y perlas. Del total de participantes hubo 178 personas que acertaron el número de 4007 granos de maíz.

La marca CENTENARIO, ícono del aniversario de la Revolución de Mayo, continuó fabricándose al menos hasta 1919, estando ya en poder de la Compañía Argentina de Tabacos. La SA Manufactura de Tabacos Piccardo y Cía. Ltda. renovó por última vez el registro de la marca en mayo de 1929.

La Popular de Juan Posse, los cigarrillos del Pueblo



Los orígenes de la familia Posse

Los datos sobre la fecha y el lugar de nacimiento de Don Juan Posse son contradictorios. Si bien los registros del censo de la Capital Federal[98] del año 1855 revelan que nació en Buenos Aires, la mayoría de datos tomados de otras fuentes[99] indican que nació en 1848/50 en la República Oriental del Uruguay. Esto se confirma con el acta de bautismo de su primer hijo en donde Posse se declara "orien-

2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
NOMBRES DE LOS HABITANTES.	¿QUÉ ES DEL DUEÑO Ó DUEÑA DE CASA?	ESTADO	SEXO	EDAD	¿SI SABE LEER Y ESCRIBIR?	¿EN DÓNDE NACIO?	¿DE QUÉ PAIS ES?	SI ESTRANGERO, QUÉ TIEMPO HACE QUE ESTÁ EN EL PAIS?	EN QUÉ SE OCUPAN? QUÉ SON? Ó EN QUÉ TRABAJAN?
Benito Pose	Alquilan	C	M	35 años	S	Santiago	Galicia	12 años	Comerciante
Adelina Ferreira	"	C	F	32 años	S	Montevideo		1 año	[illegible]
Juan Pose	hijo	S	M	7 "	N	[illegible]	-		N
Salvador Pose	"	S	M	2 "	N	[illegible]	-		N

tal" (uruguayo), nacido en el municipio de Mercedes. También es consistente con los datos del bautismo de su último hijo en 1895. Los padres de Posse fueron el comerciante español de origen gallego Benito Pose (con una sola "s") y la montevideana Avelina Centurión (y no Ferreira como dice el registro del censo), quienes emigraron a la ciudad de Buenos Aires alrededor de 1853, adonde fue traído junto a su hermano Salvador, cuatro años menor. Notar que en el registro del censo los hijos del matrimonio Pose tienen 7 y 2 años y la madre declara un año de estadía en Argentina. En el censo de 1869 un joven Juan Posse de 21 años figura como "oriental" y está radicado en Chascomús en donde realiza trabajo de campo, actividad que marcó su personalidad por el resto de su vida.

De retorno en Buenos Aires, y ya dedicado a la fabricación de cigarrillos, contrajo matrimonio con María Teodora Dirube el 6 de septiembre de 1879. María era uno de los siete hijos de Bernardo Dirube, un tabaquero de origen vasco-francés dueño de la fábrica La Capital y reconocido por elaborar picadura de tabaco de gran calidad. El matrimonio Posse-Dirube tuve cuatro hijos; Juan Carlos Cesáreo (1881-1941), Julio Cecilio (1883-1900), Rodolfo (1885-1963) y Alfredo Daniel (1895-1970). Si bien los tres hijos de Posse se casaron (Julio murió ahogado a los 17 años) ninguno dejó descendencia. Aprovechando la prosperidad económica, hacia fines del siglo XIX la familia Posse se muda a una vivienda situada en el barrio de Balvanera (Piedad 2153), en donde vivía con parte de la familia Dirube,[100] y más tarde al lujoso palacio de Victoria Aguirre Anchorena.





Don Juan era un ferviente admirador de la Ilustración, y formó a sus cuatro hijos con valores liberales y progresistas. Juan Posse falleció en Buenos Aires el 1º de octubre de 1915, a los 66 años de edad, luego de padecer varios trastornos pulmonares. La noticia de la muerte de Posse tuvo lugar en los principales diarios porteños.[101] Tanto La Nación, La Mañana, Tribuna, La Prensa, La Razón y El Nacional dedicaron elogiosas palabras. La Razón decía: "*Ha causado intenso sentimiento de pesar en el seno de sus numerosos*

amigos y ha de causarlo igualmente en todo el país, la nueva de la muerte de Juan Posse, industrial conocido en todos los confines de la República y en todas partes estimado por sus sólidas virtudes, su incansable laboriosidad y su honradez a toda prueba"

Posse inaugura y atiende su propio negocio de tabaco llamado La Popular el 04 de julio de 1874 en una gran casona ubicada en la esquina de Florida y Parque (llamada General Lavalle desde 1878), que se transformaría por varios años en la vivienda familiar, compartida con su hermano Salvador. Los inicios de Posse en la actividad tabacalera fueron muy difíciles. El negocio comenzó con apenas 83 pesos en caja y tuvo que solicitar la garantía de Doña Carmen Olascoaga, esposa de Don Bernardo de Irigoyen, para comprar la estantería exhibidora de sus productos. "*Todo en ella era modesto, y nadie pensaba en aquel entonces, que existiendo manufacturas como El Plata, La Catedral y El Toro, aquella pudiese rápidamente llegar a igualarlas, pasarlas y subsistir, mientras que aquellas desaparecían del campo fabril de la República*".[102] Desde sus comienzos la cigarrería de Posse se especializó en cigarrillos de tabaco negro elaborados con "la flor del más rico tabaco que viene a la plaza",[103] también vendían cigarrillos con tabaco colorado y habanos de distintas marcas, tanto para la ciudad como para la campaña, siempre apuntando al segmento de consumo popular.

Tanto las marquillas a todo color de la Cigarrería Popular de la página anterior, como las de esta página[104] con diseños realmente muy elaborados, son previas a 1878, según se deduce por el domicilio que figura impreso. Las primeras marquillas son de aproximadamente 1876 y aún no aparecía el retrato de Bartolomé Mitre, que acompañaría a casi todos los productos de la fábrica de Posse. En el pie de imprenta puede leerse litográfica Armanino, Génova, lo que parece indicar que en esa época no existían imprentas que pudiesen producir cromolitografías de calidad en el país. La litográfica Armanino fue fundada por Nicolò Armanino en 1840, dedicándose principalmente a la impresión de postales, cartografía, naipes, etiquetas,



La Popular

CIGARRERIA

Especialidad en el cigarrillo negro elaborado con la flor del mas rico tabaco que viene á la plaza; cigarrillos colorados elaborados de tabaco habanó papel de puro hilo.

Surtido especial en habanos de rica clase y diferentes marcas.

El mas completo surtido en artículos para la campaña.

Ventas por mayor y menor.

Calle de Florida 282 esquina Parque 192.

Buenos Aires





cajas de fósforos y fotografía.[105] Esta imprenta estaba representada en nuestro país por G. Ortuno. La serie de tres marquillas monocromáticas que se reproducen en esta página son aproximadamente de la misma época, pues también tienen la dirección de Florida 282 esquina Parque 192. No figura ningún pie de imprenta que permita determinar en donde fueron realizadas, pero se presume que también fueron impresas en Génova por la litográfica Armanino cuyo nombre sí figura en la serie de marquillas que ya poseen la dirección de la calle Lavalle. A diferencia de las cromáticas, las etiquetas en un solo color podían incluir fotografías mediante la técnica de fotomecánica, dándole un atractivo adicional a las marquillas. Aunque fue poco habitual en los cigarrillos producidos por Posse, en varias etiquetas se observan imágenes de mujeres con atuendos de la época, en algunas situaciones solas, en otras acompañadas de niños o de varones. Además de las marquillas con fotografías de



personas, había diseños con lugares emblemáticos como el Coliseo de Roma o el puerto de alguna ciudad que no logramos identificar. Notar que todas las marquillas son únicas ya que se modifica tanto el diseño gráfico como la tipografía y la ubicación del texto. Esto debe haber implicado un costo importante en la producción de las etiquetas, sobre todo si se considera que se imprimían en Italia. Se conocen unas veinticinco marquillas de la Cigarrería Popular de esta época y seguramente haya existido una cantidad significativamente mayor.

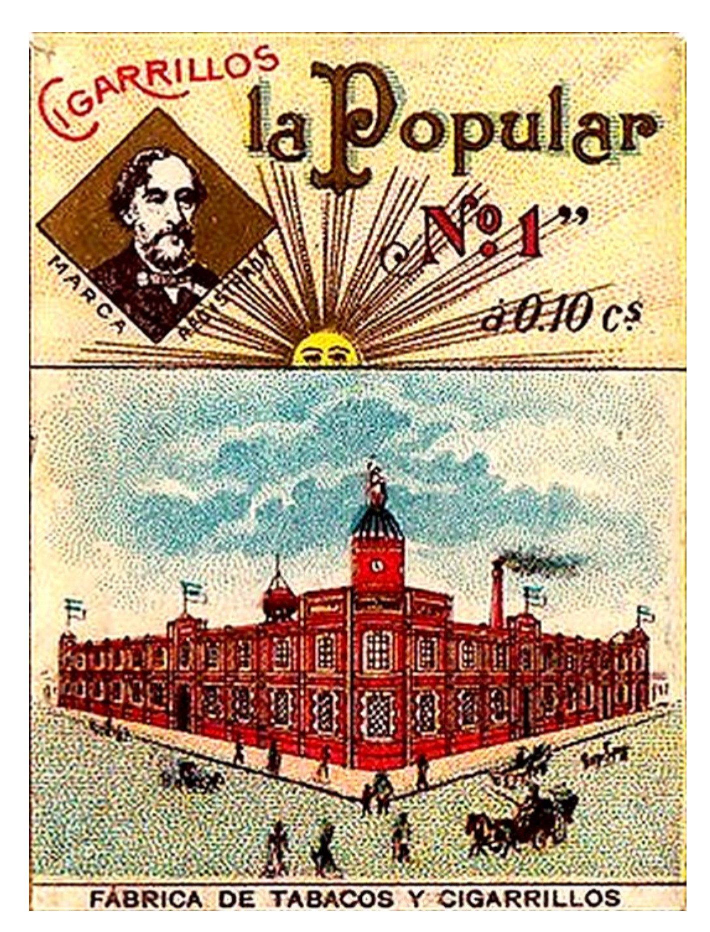


Prácticamente desde la fundación de la Cigarrería Popular apareció en sus marquillas el retrato del general Mitre. Posse apoyaba abiertamente al viejo partido liberal y nunca ocultó su identidad política, plegándose a la revolución mitrista contra el fraude electoral de Sarmiento y Avellaneda. Convertir a Don Bartolo en un emblema de la fábrica le sirvió a Posse para asegurar el éxito de sus famosos cigarrillos negros.

Como ya mencionamos, las marquillas con la dirección de Florida y Lavalle son posteriores a 1878, y particularmente la que presenta a Mitre con la corona de laureles y los retratos de Nicolás Avellaneda y Carlos Tejedor fue fabricada luego de 1880, ya que figuran como ex presidente de la República y ex gobernador de la provincia de Buenos Aires, respectivamente. Es destacable que Posse, quien participó activamente junto a los mitristas en la revolución de 1874, ilustrara sus marquillas con el liberal Tejedor (afín a sus ideas políticas) y el autonomista Avellaneda, enfrentados en la revolución de 1880.



Hacia 1890 la marca LA POPULAR había adquirido un considerable prestigio y sus cigarrillos eran solicitados en todo el país. Como ejemplo, la firma de Chozas, Urtubey y Cía. distribuía sus productos en la ciudad de Rosario al menos desde el año 1892.[106] Los precios en ese momento eran de $1.50 los 20 paquetes de LA POPULAR Nº 1 y Nº 3 y de $2.50 los 20 atados de LA POPULAR Nº 6 y Nº 8. Esto cigarrillos pasaron a costar $0.10 y $0.20 luego de la implementación de la ley de Impuestos Internos en 1895.



Debido a que ya era impracticable la venta al menudeo Posse cerró el negocio minorista y comenzó con la venta al por mayor, tomando la empresa grandes proporciones. Según el censo de 1895 los propietarios de la empresa eran Juan y Salvador Posse, lo que indica que los dos hermanos trabajaban codo a codo para llevar adelante la cigarrería.[107]

En 1892 la compañía se transforma en "Fábrica de tabacos y cigarrillos Juan Posse y Cía.", empleando a más de 800 operarios y produciendo 100.000 atados de cigarrillos diarios. Las oficinas administrativas y el depósito de cigarrillos y tabacos, destinados a atender los pedidos de la ciudad con alrededor de doce empleados, estaban ubicados en Rivadavia 1122 (entre Cerrito y Libertad).

En Callao 535, entre Corrientes y Sarmiento, donde previamente había estado el teatro Edén, funcionaba el taller de mujeres donde 200 operarias fabricaban diariamente veinte mil cajitas de cigarrillos LA POPULAR Nº 1 del tipo francés y tabacos finos. Su jornada laboral era de 12 horas por las cuales recibían dos pesos diarios.



En 1891 se levantó en la calle México 3486 (esquina Maza) la fábrica principal, un edificio totalmente construido en madera, de planta baja y tres plantas altas. Allí funcionaban la administración general, depósitos, empaquetado, maquinarias, calderas y laboratorios; también los galpones de secado y el taller de imprenta. La fábrica contaba con tres máquinas inglesas y una brasilera para picar 500 kilos de tabaco por hora, un cernidor para clasificar en cinco tamaños más de 600 kilos de tabaco por hora; dos torrefactores, cuatro máquinas para extraer nicotina y dos máquinas para secar tabaco de pipa fabricadas en Alemania. Tenía inclusive un ascensor a vapor, tipo montacargas, para transportar la mercadería a los pisos altos. En total trabajaban en la fábrica de la calle México unas 600 personas. Esta fábrica era modelo en el ámbito tabacalero, poseía maquinaria muy moderna y era capaz de una producción diaria de unos 100.000 paquetes de cigarrillos y más de 1.000 kilogramos de tabaco. Facturaba unos $150.000 por mes con un gasto en operarios de $50.000.

El 04 de febrero de 1900 el edificio fue destruido por un incendio que durante 5 días consumió totalmente la fábrica, las maquinarias y los insumos para fabricar cigarrillos.[108] Las pérdidas materiales fueron enormes (más de $600.000) pero el edificio estaba asegurado en $400.000 lo que se utilizó para reconstruir rápidamente la fábrica. En solo cinco meses una nueva y moderna construcción de cemento y acero de casi 5.000 m^2 estaba en pie en la calle México con fachadas a las calles Maza e Independencia. El edificio estaba compuesto por 22 departamentos, varios de los cuales daban a una rotonda central. Contaba con los mejores adelantos para la fabricación de cigarrillos y tabaco, buenas condiciones de trabajo para los empleados, con mucha ventilación y luz natural a través de grandes ventanales y "baños hasta para los obreros". La esquina de la fábrica estaba coronada por una cúpula con una estatua en su cumbre sosteniendo un foco eléctrico como símbolo del progreso.



En la parte baja de la torre había un gran reloj claramente visible por sobre las casas bajas del barrio de Almagro de principios del siglo XX. La obra de reconstrucción estuvo dirigida por el arquitecto inglés Juan R. Sutton y por el ingeniero argentino José Achával, según consta en la fachada. El sábado 14 de julio se sirvió un lunch al que concurrieron destacadas personalidades de la sociedad porteña. Posse invitó a asistir al mismísimo general Mitre con una carta escrita de puño y letra, pero Mitre se excusó de asistir con una amable nota en el dorso de la invitación, probablemente por su salud quebrantada. Al día siguiente se realizó un gran asado con cuero para todos los operarios de la fábrica. La comparación de la ilustración tomada de una marquilla con la fotografía actual, muestra que el edificio sufrió pocos cambios en sus 120 años de vida.



Además de la emblemática LA POPULAR, Posse registró varias marcas comerciales. Entre ellas podemos mencionar: PATRIOTAS y PARTICULARES de 20 centavos (1896), DOS ESTRELLAS de 10 centavos (1897), BOHEMIOS (acta Nº 8416) y LA HORMIGA (1900), REY DEL MUNDO de 30 centavos (acta Nº 10284), CONSCRIPTOS, REPUBLICANOS de 20 centavos (acta Nº 11023) y BOCAYUVA de 10 centavos (1901), MAR DEL PLATA de 20 centavos (1903), MONTE CARLO (1904), COTILLÓN (acta Nº 15980), NUEVOS, IDILIO y POMPADOUR (1905), MARGARITA DE SAVOIA, CRISPI, KRUPP, LESSEPS y PEDRO II (1906). Hacia mediados de la primera década de 1900 las marcas[109] principales de la empresa eran LA POPULAR Nº 1, BOHEMIOS y la recientemente lanzada COTILLÓN. La marca MAR DEL PLATA está asociada a un hecho trágico de la familia Posse, ya que uno de sus hijos, Julio Cecilio, murió ahogado en la ciudad balnearia bonaerense el 10 de enero de 1900.[110]



Para esta época La Popular ya imprimía sus propias etiquetas y envases. Poseía cuatro máquinas litográficas, dotadas con personal especializado, que le permitían todo tipo de fantasías y variaciones en las marquillas. También imprimían mapas de la República, de la ciudad con trazados ferroviarios, retratos e historias ilustradas de personajes y políticos de la época, los cuales iban dentro de las cajillas de cigarrillos y servían de regalo a los consumidores.

Años más tarde, la expansión e incorporación de familiares y amigos, llevó a un nuevo



cambio en la denominación de la firma, que pasó a ser una sociedad anónima llamada "Compañía General de Tabacos", dedicándose, además de la producción de cigarrillos, a negocios de importación, exportación, transacciones inmobiliarias, financieras y comerciales. El expediente C 699 mediante el cual el Poder Ejecutivo autorizó la formación de la sociedad anónima fue publicado en el *Boletín Oficial* el 10 de octubre de 1906 y lleva las firmas del presidente José Figueroa Alcorta y del ministro de Instrucción Pública y Justicia, Federico Pinedo.[111] El primer directorio quedó integrado por Juan Posse, Salvador Posse, Carlos Fauvety, Emiliano Molina y Rodolfo Posse. Directores suplentes: Emiliano Celery y Bernardo Dirube (cuñado de Posse). Síndico titular: Fermín Eguía y síndico suplente, Juan Carlos Posse. El capital accionario era de dos millones de pesos y quedaba mayoritariamente en manos de la familia Posse. Hacia fines de la década los hijos de Posse habían tomado mayores responsabilidades siendo vicepresidente su hijo Rodolfo y tesorero su hijo mayor Juan Carlos.

La empresa de los Posse continuó registrando gran cantidad de marcas como: ORIENTALES, TRES EQUIS y URUGUAYOS (1907), D10, D20, D30, D40 y MITRE (1909).[112]

La Compañía General de Tabacos fue adquirida por la Compañía Argentina de Tabacos Ltda. a fines de 1911. En el Boletín Oficial del 30 de octubre de 1911 puede leerse la siguiente convocatoria:

"Compañía General de Tabacos.

Por resolución del Directorio, se convoca á los señores accionistas á la Asamblea Extraordinaria en el local de la sociedad, calle Esmeralda No 309, el día 8 de Noviembre entrante, á las 5 p. m., para tratar la siguiente Orden del día:

1º Cambio del nombre de la Sociedad.

2º Modificar el objeto principal de la Sociedad.

3º Liquidar los negocios en el ramo de importación, compraventa, consignación y elaboración de tabacos, cigarros y cigarrillos, por cesión de las marcas, nombre y existencias, incluso derecho de llave á la Compañía Argentina de Tabacos.

4º Modificación de los Arts. 1, 3, 11 y 13 y el Inciso b del Art. 16.

5º Lectura y aprobación de la Memoria en que se consignan las razones en que el Directorio funda las resoluciones que propone con relación á las modificaciones que preceden.

6º Aprobación del acta de esta Asamblea.

Se previene á los señores accionistas, que tres días antes de la fecha fijada para la celebración de la Asamblea, deberán tener depositadas sus acciones en la forma que establece el Art. 26 de los Estatutos.

—Buenos Aires, Octubre 20 de 1911. — Rodolfo Posse, vicepresidente."



Hacia fines del año 1918 la C. A. T. seguía produciendo varias de las marcas de cigarrillos de la ex empresa de los Posse, entre ellas los MITRE de 20 centavos y LA POPULAR, LA POPULAR Nº 1, BOHEMIOS, DOS ESTRELLAS y BOCAYUVA de 10 centavos, junto con los tabacos CRISPI, MARGARITA DE SAVOIA, LESSEPS, KRUPE, POPULAR, HUMBERTO 1º, PEDRO II y PELUQUILLA LA GENEROSA.



A continuación presentamos algunos diseños de la marquilla de los cigarrillos LA POPULAR, fabricados por la cigarrería Juan Posse y Cía. Los cuatro ejemplares de la derecha datan aproximadamente del año 1892 y son previos a la promulgación de la ley de Impuestos Internos 3247 sancionada el 03 de agosto de 1895. Esta ley, denominada "impuesto al consumo del tabaco", obligaba a adherir al paquete una faja o estampilla fiscal con los datos identificatorios del fabricante y, a partir del 1 de enero de 1896, a imprimir la leyenda "precio de venta al consumidor" en el paquete para evitar abusos de los comerciantes minoristas. Las dos marquillas de la próxima página son, en consecuencia, posteriores al año 1896, pero muy probablemente anteriores al siglo XX. Notar que el nombre de la ciudad aparece como Buenos Ayres, término todavía en uso a fines del siglo XIX y que provenía del Estado de Buenos Ayres previo a la constitución de la República Argentina. El retrato central era variable y estaba dedicado a militares, políticos, aristócratas o hechos históricos.

Las tres primeras marquillas correspondientes a la serie "Colecciones de LA POPULAR" retratan a don Antonio Cánovas del Castillo, a Juan Prim y Prats, y a Camilo Benso, Conde de Cavour. Cánovas del Castillo fue un político e historiador español, Presidente del Consejo de Ministros de España durante la mayor parte del último cuarto del siglo XIX. Fue una de las figuras más influyentes de la política española y máximo dirigente del Partido Conservador. Prim y Prats fue un militar y político progresista español que llegó a ser Presidente del Consejo de Ministros, Ministro de Guerra y Gobernador de Puerto Rico en la segunda mitad del siglo XIX. Camilo Benso fue un político y estadista de la Italia anterior a la unificación, partidario y artífice del orden monárquico constitucional. A pesar de ser una muestra muy limitada, podemos imaginarnos que esta colección estaba dedicada a destacadas personalidades de otras tierras.

La última marquilla corresponde al Nº 41 de la serie de la Guerra del Paraguay (o guerra de la Triple Alianza -Argentina, Brasil y Uruguay- contra Paraguay) que tuvo lugar entre 1864 y 1870. Este sangriento conflicto, que según el revisionismo histórico fue impulsado por los intereses del imperio británico en la región, prácticamente exterminó la población masculina adulta de Paraguay, matando a más del 90 % de los varones. El cuadro Nº 41 reproduce la entrevista de Yataity Corá del 12 de septiembre de 1866 entre Bartolomé Mitre y el Mariscal Francisco Solano López (calificado como "dictador", probablemente por la cercanía de Posse a Mitre) que tuvo por objeto finalizar el conflicto, pero no pudo lograrse debido a la oposición del Imperio de Brasil.

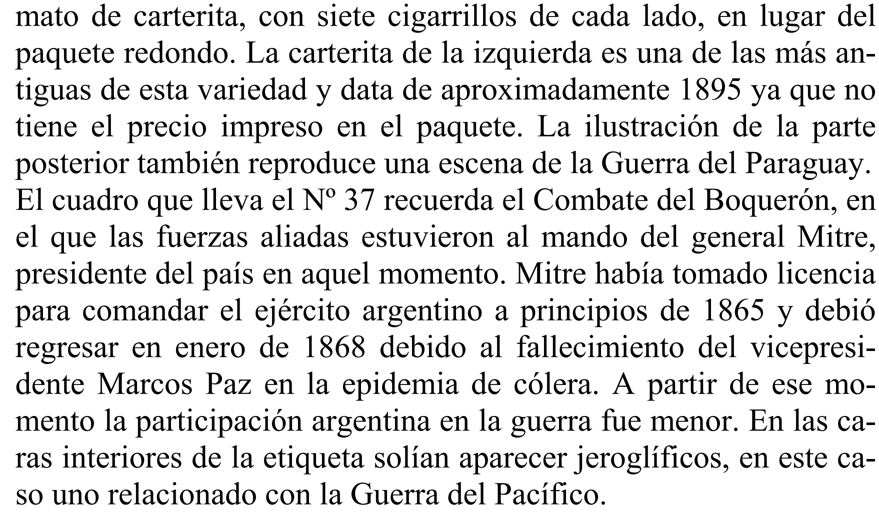


La segunda serie de marquillas tiene un diseño similar, pero con una imagen del general Bartolomé Mitre algo más anciano que en las primeras marquillas de la Cigarrería Popular. Las etiquetas más nuevas cuentan con dos solapas que facilitaban el armado y pegado de los paquetes redondos. Los ejemplares numerados 14 y 15 corresponden a la Guerra del Pacífico y reflejan el conflicto armado acontecido entre 1879 y 1883 que enfrentó a la República de Chile contra las Repúblicas de Bolivia y del Perú. Una de las ilustraciones se refiere a la llegada del general Daza (presidente de Bolivia) a la ciudad peruana de Tacna. La otra da cuenta de la batalla naval entre chilenos y peruanos, que tuvo varios episodios durante 1879, finalizando con el combate naval de Punta Angamos, el 8 de octubre de 1879.

De esta forma queda en evidencia que tanto los personajes políticos como los hechos históricos del momento se utilizaban con el objetivo de interesar e informar a los fumadores, prestigiar a la marca y fomentar la conservación de las marquillas.

Los cigarrillos LA POPULAR Nº 1 fueron probablemente los primeros de esta marca en aparecer con un número en el nombre y se conocen siete variantes numeradas de esta denominación comercial. Los números 1, 3, 6 y 8 se vendieron al menos desde el año 1892. La marquilla venía en for-





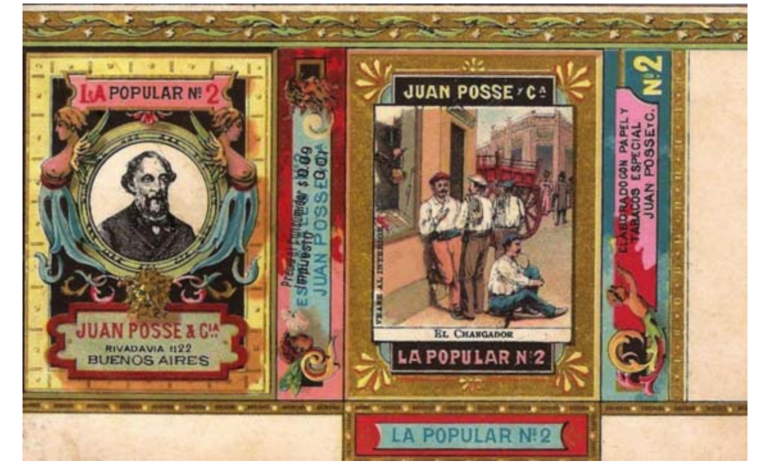
mato de carterita, con siete cigarrillos de cada lado, en lugar del paquete redondo. La carterita de la izquierda es una de las más antiguas de esta variedad y data de aproximadamente 1895 ya que no tiene el precio impreso en el paquete. La ilustración de la parte posterior también reproduce una escena de la Guerra del Paraguay. El cuadro que lleva el Nº 37 recuerda el Combate del Boquerón, en el que las fuerzas aliadas estuvieron al mando del general Mitre, presidente del país en aquel momento. Mitre había tomado licencia para comandar el ejército argentino a principios de 1865 y debió regresar en enero de 1868 debido al fallecimiento del vicepresidente Marcos Paz en la epidemia de cólera. A partir de ese momento la participación argentina en la guerra fue menor. En las caras interiores de la etiqueta solían aparecer jeroglíficos, en este caso uno relacionado con la Guerra del Pacífico.



La segunda marquilla de LA POPULAR Nº 1 también es apenas posterior a la entrada en vigencia de la ley de Impuestos Internos, ya que tiene el precio discriminado. Ilustra a la "Marinería Nacional" en su reverso y tiene un par de chistes en las caras internas.

La cantidad y variedad de grabados que aparecieron en las marquillas de LA POPULAR Nº 1 fue enorme. Varias series tenían números mayores al 150 y es probable que hayan existido decenas de series distintas.

Como muestra se presentan fragmentos de algunos ejemplares dedicados a escudos y banderas, posteriores a 1896 y previos a aproximadamente 1905. El de "Servia" (actualmente Serbia) corresponde a la etapa previa a la formación del Reino de Yugoslavia en 1918. San Marino es el Estado soberano y república constitucional más antigua del mundo, fundada en el año 301. Su constitución, que data de 1600, también es la más antigua aún en vigencia. En cuanto a las banderas podemos ver la del Estado Libre de Orange, un Estado independiente establecido por los boers en 1854 en el sur de África, disuelto en 1902 y transformado luego en una provincia de Sudáfrica. En una esquina de su bandera aparecía la de Holanda, país reconocido por el uso del color naranja y por haber colonizado el sur de África. Montenegro, al igual que Serbia fue un estado independiente hasta mediados de la década de 1910, y volvió a lograr su autonomía definitiva en 2006. Los Reinos Unidos de Suecia y Noruega fueron conformados a través de una unión personal (dos estados con un mismo rey) en 1814. La unión duró hasta 1905, año en el que el Parlamento noruego la disolvió unilateralmente.



Además de la variante Nº 1, la marca LA POPULAR fabricada por Juan Posse y Cía. fue producida al menos hasta el N° 8, aunque se desconoce si alguna vez se comercializó el Nº 7. Los ejemplares que mostramos con los números 2, 3 y 4 son de $0.10 el paquete y el Nº 5 es el único de $0.20. Algunos de los números 3, el 6 y el 8 no tienen el precio impreso en el paquete, así que seguramente son previos a 1896. Estos últimos pretenden ser de

mejor calidad, ya que en las marquillas aparecen las leyendas ”Hebra Escepcional (sic)”, “Papel Arroz”, “Papel Hilo”, para indicar que se trataba de productos elaborados con papel y tabaco de una calidad superior. Al igual que la variante Nº 1, estas marquillas traían múltiples series de ilustraciones. En algunos casos estaban relacionadas con la vida cotidiana, como por ejemplo “el changador” de la Nº 2 o los “vestidos de baile” de las modas porteñas de 1893 de la Nº 6, (notar cómo el motivo elegido se adecua al precio del atado de cigarrillos). En la marquilla de LA POPULAR Nº 2, cuyos cigarrillos estaban elaborados con papel y tabaco especial, puede verse que el precio está sobreimpreso en la etiqueta con un sello, lo que indica que es apenas posterior al establecimiento de los Impuestos Internos en el año 1896.







En todas las etiquetas de LA POPULAR Nº 3 que conocemos aparecen escenas de conflictos bélicos. Las dos primeras que mostramos están relacionadas con la Guerra del Paraguay. En la que tiene el número 40 aparece una escena de la batalla de Curuzú librada el 3 de septiembre de 1866 en el Fuerte de Curuzú, que se encuentra actualmente en Ñeembucú, Paraguay entre las tropas de Brasil y las de Paraguay. El cuadro número 100 corresponde a la batalla de Caraguatay, librada el 21 de agosto de 1869, pocos días después de la batalla de Acosta Ñu en la que 20.000 hombres de la triple alianza masacraron a las fuerzas paraguayas constituidas por 500 soldados veteranos y 3500 niños, generando así un genocidio sin precedentes para la época. La tercera marquilla con el número 20 de la “colección de LA POPULAR” retrata el fusilamiento de Falucho, un soldado negro perteneciente al regimiento del Río de la Plata que, según un relato del general Mitre[113] (¡quién más si no!) publicado en 1857 en el diario *Los Debates*, fue fusilado por negarse a arriar la bandera argentina en una sublevación ocurrida en la guarnición de Callao en 1824. Notar que algunas de las marquillas llevan el precio impreso y otras no, por lo que se estima que todas fueron comercializadas alrededor de 1896.







La serie C de LA POPULAR Nº 3, compuesta por los cuadros Nº 42, 54 y 69, está dedicada a Giuseppe Garibaldi (1807-1882) un militar y político italiano, artífice de la unificación de Italia. Garibaldi pasó a la historia como un luchador por las libertades de los pueblos y es conocido como el “héroe de dos mundos” por su participación militar en Sudamérica. Garibaldi vivió 10 años en nuestro continente (en Brasil y mayormente en Uruguay) alistándose del lado de la facción colorada en la Guerra Grande contra los blancos, apoyados desde la Argentina por Rosas.

Su espíritu de libertad lo llevó a recorrer una buena parte del mundo, ya sea en defensa de los pueblos o por negocios comerciales. Estuvo en lugares tan distantes y disímiles como Túnez, Rusia, Marruecos, Estados Unidos, Perú, China, Australia, Nicaragua, etc. Por avisos de la época,[114] se sabe que la serie dedicada a Garibaldi también apareció en idioma italiano y que apareció una serie con la historia de ilustrada de Juan M. de Rosas.



Como el nombre LA POPULAR lo indica, esta marca estaba destinada a las clases más humildes y de menor poder adquisitivo. Sin embargo, la fábrica de Posse era una de las que tenían mayores ventas en el país y que más dinero aportaba al fisco. Según datos de la misma empresa, en el año 1901 fue la que más atados de cigarrillos vendió con casi 25 millones, "cantidad no alcanzada por ninguna otra fábrica de la República".[115] Además era la tabacalera que más contribuía con el tesoro nacional en concepto de Impuestos Internos con una cifra superior al millón y medio de pesos, sin tener en cuenta los derechos de importación. En concepto de premios por los concursos que realizaba entre sus fumadores había pagado la suma de $180.000, con una lista de favorecidos que crecía permanentemente y se publicaba todos los meses en los diarios *La Nación*, *La Prensa* y *El País*. Para 1901 la fábrica contaba con 400 obreros, hombres y mujeres, y 72 máquinas para la manufactura integral del tabaco en sus distintas elaboraciones.

Según la misma publicidad, La Popular era por entonces la fábrica más grande, más moderna y mejor montada del país y podía proveer de tabacos y cigarrillos a toda la República, pues tenía una capacidad de producción de 350.000 atados de cigarrillos y 30.000 kilos de tabaco picado por día.

La etiqueta de LA POPULAR Nº 4 es la que tiene un diseño más simple entre todas las de la serie, con un fondo rojo y letras doradas. Esta variedad estaba fabricada con tabaco fuerte. También es muy sencillo el diseño de la carterita de LA POPULAR Nº 5. En este caso hay una ilustración en una de las caras internas en la que dos jinetes se ponen de acuerdo para molestar a un aficionado. En la otra cara se lee el siguiente chiste:

"*El otro día al inaugurarse el polígono en una provincia del interior, tuvo lugar una escena interesante. Tocaba tirar al presidente de la sociedad, y al verle tomar el arma uno de los socios fue a sentarse en el blanco.*
-¿Qué haces? -exclaman los demás
-Nada señores, tranquilícense Uds.; tirando este amigo, en ninguna parte estoy más seguro que aquí."



Los cigarrillos de LA POPULAR Nº 8 son, hasta donde conocemos, los que llevaron el número identificatorio más alto. También son previos al año 1896 pues no llevan el precio impreso en la etiqueta. Como ya mencionamos, por las leyendas que aparecen en los laterales, puede inferirse que se trataba de una variedad algo más cara que se vendía a 15 centavos en 1895.[116] La carterita tiene el mismo formato que algunas de LA POPULAR Nº 1, con el rostro del general Mitre en el anverso y la presentación seriada de grabados de hechos históricos en la cara trasera. La ilustración de la batalla que aparece en el reverso de la marquilla con el número 20 corresponde a la serie sobre la Guerra del Paraguay, particularmente al combate que libró el general Wenceslao Paunero contra los paraguayos en la ciudad de Corrientes. Paunero participó en múltiples batallas en la guerra civil argentina entre unitarios y federales. También fue Ministro de Guerra y Marina en el final del gobierno de Mitre y candidato a vicepresidente en 1868. En una de las caras internas de la etiqueta hay un breve relato de la batalla de Don Cristóbal entre las fuerzas de Lavalle y de Echagüe en 1840. En la restante aparece un jeroglífico que parece decir: “*Es el primer eslabón de la cadena de duelo lo que llenó de luto el suelo de la nación*”.



Para finalizar con la descripción de las antiguas marcas de la tabaquería de Posse mostramos un ejemplar de los cigarrillos LA CAPITAL FEDERAL. Esta marquilla también es previa a la ley de Impuestos Internos de 1896, pero posterior a la ley de federalización del año 1880 promulgada por el presidente Julio A Roca. No hallamos datos sobre su inscripción en el registro de marcas, así que desconocemos la fecha precisa en la que comenzó a venderse. En la cara principal de la etiqueta aparece la Pirámide de Mayo, en su versión renovada del año 1856, con el Río de la Plata de fondo. El infaltable rostro de Bartolomé Mitre completa el diseño, como en casi todas las marquillas manufacturadas por Juan Posse. La cara posterior tiene otra serie de ilustraciones relacionadas con la Guerra del Paraguay, en este caso el cuadro número 16, describe la invasión del ejército paraguayo a varias ciudades de la provincia de Corrientes en abril de 1865, lo que provocó el ingreso de la Argentina a la guerra y la formación de la Triple Alianza con Uruguay y Brasil para luchar contra Paraguay.

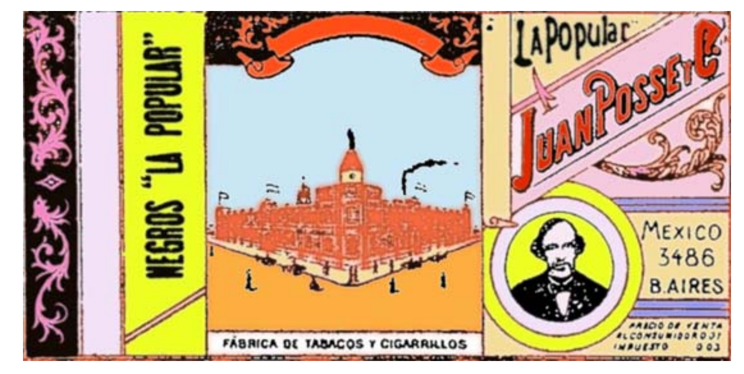
Canje de marquillas por terrenos



Posse, al igual que todos los grandes tabaqueros del momento, no fue ajeno a la organización de grandes concursos para aumentar las ventas de sus marcas. Con el fin de promocionar los nuevos cigarrillos habanos MITRE[117] de 20 y 30 centavos, fabricados por la ahora Compañía General de Tabacos (recordar que Juan Posse y Cía. se había transformado en sociedad anónima en 1906), en el año 1909 se lanza una masiva campaña de publicidad,[118] que consistía en la entrega de terrenos y casas a cambio de marquillas.



Si bien con una modalidad distinta, esta misma estrategia publicitaria ya había sido ensayada por La Popular anteriormente. En el año 1902 se registra en la Oficina de Patentes y Marcas[119] la marquilla de LA POPULAR Nº 1 en la que se distingue claramente la leyenda "*casas y terrenos dentro de la Capital de la República*". En una de las solapas interiores dice "*Premio Mensual. Plano del terreno que damos como premio para el sorteo del mes de mayo de 1902. Este terreno situado en la calle Bartolomé Mitre 4006…*". El sorteo se realizaba por el extracto de la Lotería Nacional con los cupones que venían dentro de los paquetes. El ganador del mes de mayo de 1902 fue el señor Antonio Mauri.[120] Suena hasta jocoso que el terreno que se entregaba como premio estuviera justo sobre la calle Mitre, en el barrio de Almagro. Además se sorteaban 1000 trajes, sombreros, pares de zapatos o botas, sobretodos y relojes. También se promocionaban otras marcas de la fábrica como REY DEL MUNDO de 30 centavos, BOHEMIOS de 20 centavos, LA POPULAR Nº 1 y NEGROS LA POPULAR de 10 centavos y los tabacos CRISPI (tipo Virginia italiano), LESSEPS (francés) y KRUPP (alemán). La marquilla de los cigarrillos NEGROS LA POPULAR fue una de las últimas en ser registrada antes de que la tabacalera de Posse se convirtiera en sociedad anónima en 1906. Fue el 28 de agosto de 1906 con el Nº 18538. El tabaco CRISPI hace honor al estadista italiano Francesco Crispi, presidente del consejo de ministros de Italia a fines del siglo XIX y fallecido en 1901. LESSEPS recuerda a Ferdinand Marie, vizconde de Lesseps, diplomático de carrera y empresario francés, quien a fines del siglo XIX realizó gigantescas obras de ingeniería como el Canal de Suez y el Canal de Panamá (inconcluso, luego finalizado por los Estados Unidos) La marca KRUPP probablemente se refiera a Friedrich Alfred Krupp fallecido en 1902 y tercera generación de la dinastía de acereros alemanes de los siglos XIX y XX instalados en la ciudad de Essen.



La empresa de Posse, que ya había comenzado con el negocio inmobiliario a través de la Oficina de Tierras (con dependencias propias en Esmeralda 309), había adquirido a mediados de 1909 por $500.000 una fracción de terreno de 759 hectáreas en el partido bonaerense de Merlo, que era propiedad de Antonina Cascallares (hija de don Antonio Cascallares). Toda la operación fue concretada fundamentalmente por Rodolfo Posse (hijo de Juan y vicepresidente de la Compañía General de Tabacos) ya que el fundador de La Popular gradualmente había delegado en sus hijos la responsabilidad de dirigir la empresa.[121] Se programa entonces la fundación de una población en dicho lugar; para ello diagraman el pueblo, subdividen las tierras y comienzan a lotearlas. Para fomentar el asentamiento de nuevos habitantes en el lugar resuelven premiar a los poseedores de 500 marquillas vacías de los cigarrillos MITRE con un lote de 280 metros cuadrados, cuya posesión podía asegurarse con solo 50 etiquetas. En total se planeó entregar 15.000 lotes como estrategia para valorizar el resto de las tierras y, a la vez, impulsar las ventas de los cigarrillos. También se prometía que el nuevo poblado tendría los adelantos urbanos más modernos que se conocían como tranvía, telégrafo, teléfono, alumbrado eléctrico, abastecimiento de agua, alcantarillado y luz eléctrica gratis por un año.

El pueblo se llamó originalmente Villa Posse y para fines de 1910 ya tenía construida la estación de tren (increíblemente parecida al edificio actual[122]) correspondiente al ramal Merlo-Lobos del entonces Ferrocarril del Sud, que lo comunicaba con la estación Once de Septiembre de la Capital. La estación tenía el nombre de Mariano Acosta, en honor al vicepresidente de Nicolás Avellaneda y estaba originalmente situada en el km 34.8. Por la gestión de la Compañía General de Tabacos fue trasladada hasta el km 40, realizando el primer viaje promocional el 18 de septiembre de 1910. Con el paso del tiempo la zona de influencia tomó el nombre de la estación del tren, aunque Villa Posse se continúa usando para la zona de Mariano Acosta en donde fueron construidas las casas para el concurso.



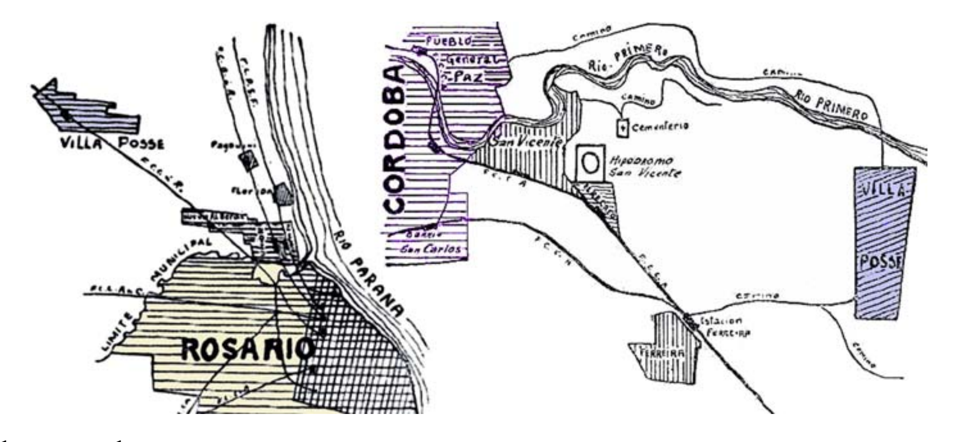
Fotografías de 1909 y de la actualidad de la estación Mariano Acosta.

Según las publicidades de la compañía de los Posse entre 1909 y 1910 se entregaron además de los 15.000 lotes, 60 casas (valuadas en $3000 cada una) y un chalet de $11.000. Para ello se realizó un concurso[123] en el que las propiedades se otorgaban a quienes presentaran la mayor cantidad de marquillas vacías. Esto originó una inusual demanda de las etiquetas de los cigarrillos MITRE que llegaban a venderse hasta $0.10 cada una, es decir la mitad del valor del paquete (con cigarrillos, claro). Incluso en los mismos avisos de la empresa se advertía a los participantes que se abstuvieran de comprar marquillas sin la estampilla fiscal, pues eran rezagos devueltos por la fábrica a las imprentas y no serían aceptadas. El ganador del chalet[124] fue el Sr. Salvador Martín quien presentó 22.000 marquillas en efectivo. Las casas se sortearon entre los 319 participantes que ofrecieron el tope de 20.000 marquillas cada uno, con el compromiso de entregarlas antes de los cuatro meses de realizado el sorteo. De esta forma los favorecidos debían recolectar en conjunto más de ¡un millón de marquillas! Sin embargo, la investigación realizada muestra que el número de personas que realmente accedió a los lotes o a las casas fue mucho menor a lo publicitado por la empresa,



probablemente debido a que no pudieron recolectar el número de marquillas comprometidas. Incluso el chalet nunca fue ocupado por su ganador y fue disfrutado hasta fines de los años ’40 por la familia Posse. A las edificaciones construidas por la Compañía General de Tabacos se las conocía popularmente como las “casas de la Compañía”.

Debido al descomunal éxito del concurso, al año siguiente (1910) se organizó uno similar en Rosario y otro en Córdoba.[125] En estos casos se entregaba un lote (sobre un total de 20.000) a todos los participantes que presentaran 700 marquillas de 30 centavos o 1000 de 20 centavos. La urbanización de Villa Posse en Rosario[126] estaba a unos 10 km de la ciudad, en el km 409 de las vías del ferrocarril Central Córdoba-Rosario. En 1912 fue fundada la “Villa Ybarlucea” por Rita Alcácer de Ibarlucea, y Villa Posse pasó a integrar la actual comuna de Ibarlucea. El pueblo cordobés de Villa Posse iba a estar ubicado en la margen sur del Río Primero, a unos 4 km del barrio Ferreyra. Actualmente esa zona no está urbanizada y desconocemos si alguna vez llegó a formarse el pueblo. Sin embargo, a la calle Calingasta (que en el mapa corresponde aproximadamente al camino que pasa por el antiguo Cementerio) también se la conoce como Camino a Villa Posse y el barrio cercano al hoy inexistente Hipódromo San Vicente tomó el nombre de Villa Posse. Hasta donde sabemos, este es el único barrio o pueblo en la Argentina (junto con la antigua Villa Ariza) que tiene un nombre que recuerda a un tabaquero.

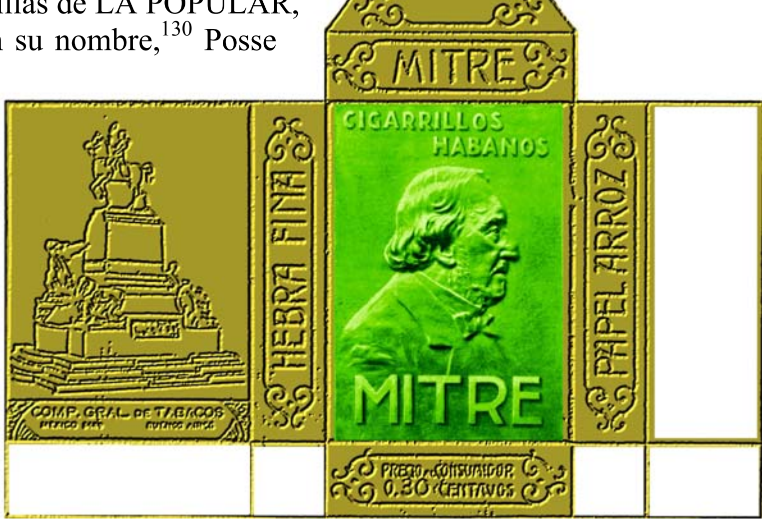


En el balance[127] de la Compañía General de Tabacos al 31 de diciembre de 1911 figuran los activos relacionados con las Villas Posse de Merlo, Rosario y Córdoba. Para la Villa Posse bonaerense se estimó un valor de $396.216 incluyendo las obras de construcción, hipotecas y tranvía. En Rosario se calcularon $487.400 y en Córdoba $211.225. También figuran ingresos de la Villa Posse de Merlo por más de $145.000. Asimismo se detallan $101.119 en gastos de propaganda, $24.847 en premios, $24.261 en envases, $40.900 en maquinarias, entre otros. En octubre de ese mismo año se realizó la venta del negocio tabaquero a la Compañía Argentina de Tabacos por un valor accionario de $262.618.

Como dato anecdótico, a fines de 1901 los obreros de La Popular, que calificaban al dueño como “uno de los más déspotas y crueles entre los explotadores de Buenos Aires” [128] realizaron una huelga que duró varios meses. Esto provocó una gran caída en las ventas y en el mes de diciembre la fábrica estaba casi paralizada. A principios del año 1902, por pedido de Posse, se produjo la detención de G. A. Cartei, quien era el secretario de la sociedad “Maquinistas Bonsack” lo que provocó que la Federación Obrera Argentina declarara un boicot en contra de La Popular. El conflicto fue llevado a juicio y Cartei fue defendido por el Dr. Alfredo Palacios (primer legislador socialista de América y uno de los políticos más influyentes en la Argentina del siglo XX), quien con su intervención logró que el dirigente sindical fuera absuelto. Paradójicamente el devenir del tiempo reunió a estos cir-

cunstanciales adversarios en Córdoba, ya que el Instituto Provincial de Enseñanza Media Nº 136 en el barrio de Villa Posse lleva el nombre de “Alfredo Palacios”.
Volviendo a la inversión en estrategias publicitarias, resaltamos que solo el valor de las casas entregadas llegaba a casi $200.000; si a esto sumamos el valor de los 15.000 lotes en Buenos Aires (que a fines de 1910 ya se cotizaban a $500 cada uno) y los 20.000 en Rosario y Córdoba[129] podemos considerar que este fue, en cuanto al monto de los premios, el concurso más importante realizado hasta entonces y, quizás, el más importante en toda la historia de la industria tabacalera argentina.

Como lo demuestran los retratos y muchas de las ilustraciones que aparecen en la mayoría de las marquillas de LA POPULAR, y sobre todo la marca de cigarrillos con su nombre,[130] Posse era un gran admirador del general Bartolomé Mitre, uno de los políticos más influyentes de la Argentina en la segunda mitad del siglo XIX. Además de presidir el país y ser gobernador de Buenos Aires, Mitre fue militar (comandó los ejércitos unitarios en las batallas contra los federales y estuvo en el frente en la guerra del Paraguay), historiador (escribió las biografías de Belgrano y San Martín), escritor, estadista y periodista (fundó el diario *La Nación* en 1870).



La estima de Posse por Mitre y la ideología del viejo Partido Liberal no se limitó solo a la inclusión de su imagen y nombre en las marquillas y publicidades, sino que tuvo un rol activo en la frustrada revolución de 1874. Su humilde casa de Florida y Parque se utilizó en reuniones de encumbrados mitristas que se levantarían en armas contra el fraude electoral. Su domicilio fue allanado por la policía en busca de armas revolucionarias que nunca fueron halladas. El mismo Don Juan relataba jocosamente estos hechos con su estilo campechano, ganándose la confianza y admiración de la jerarquía mitrista y convirtiéndose en un verdadero caudillo del Partido Liberal.[131]
Mitre falleció en enero de 1906 a los 84 años, y ya en junio de ese mismo año[132] Posse organizó un concurso con $5000 de premio que tenía como tema “Proyecto de Monumento al general Bartolomé Mitre”. Las bases para participar venían dentro de los paquetes de los cigarrillos COTILLÓN de 20 centavos y LA POPULAR Nº 1 de 10 centavos.
Luego de la muerte de Don Juan, su hijo Rodolfo ocupó la presidencia de la Compañía de Tierras y Comercio SA y retornó en 1940 al rubro del tabaco como director de la Manufactura de Tabacos Particular V. F. Grego SA. Su hermano Juan Carlos también ocupó un cargo directivo en esa tabacalera.



La Sin Bombo, de Domingo y Juan Canter

DOMINGO CANTER
FUNDADOR



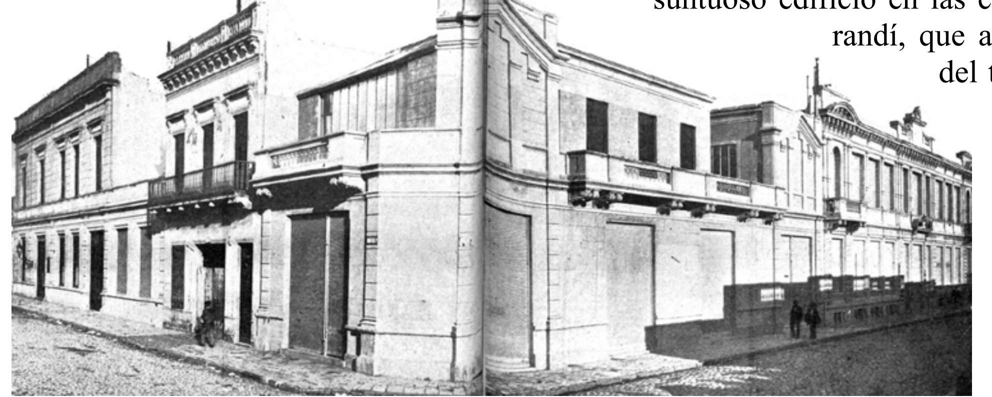
Luego de la caída de Rosas se inició en el país una pequeña corriente migratoria por las halagüeñas noticias que empezaban a circular en el Viejo Continente sobre las oportunidades que existían en la Argentina para los inmigrantes de todas las nacionalidades. Terminado el gobierno rosista, la República comenzó a recorrer un muy arduo camino a su constitución definitiva. Algunos de sus dirigentes se dieron cuenta de que una Patria Grande solo sería posible dejando de lado los enfrentamientos y revueltas y totomando de lleno la senda del trabajo. Así se hizo un llamamiento sin fronteras para todos “los hombres de buena voluntad que quisieran poblar este suelo”.

Uno de los tantos hombres que respondió al llamado fue Domingo Canter, el fundador de la tabacalera La Sin Bombo,[133] una de las más antiguas de la Argentina. Canter fue uno de los tantos inmigrantes españoles que arribaron a Buenos Aires a mediados del siglo XIX. Era oriundo de Gibraltar, aunque tenía ascendencia irlandesa.[134] Llegó en 1853 (o en 1852 según otra referencia[135]), sin un peso en sus bolsillos como la mayor parte de los inmigrantes que venían desde Europa con el sueño de “hacerse la América”. Pero tenía un rasgo dominante que era su independencia de carácter, y su determinación en convertirse en un hombre respetado y emancipado. En 1854, solo un año después de haber llegado a nuestro país ya era patrón de un modestísimo establecimiento tabaquero al que denominó La Sin Bombo. Comenzó funcionando en un pobre obrador de la calle Defensa 144 y Victoria (actual Hipólito Yrigoyen) a metros de la Plaza de Mayo, en el que seis obreros atendían sin mucho esfuerzo la demanda diaria de cigarrillos y tabaco. Según distintas fuentes[136] el establecimiento estuvo ubicado en las alturas 7, 57, 100 y 144 de la calle Defensa.

A diferencia de otras manufacturas, que privilegiaban la ganancia a la calidad del producto, Canter desde el primer momento trató de hacer de sus cigarrillos los mejores en su clase. Y lo logró; su fábrica era superada en cuanto a ventas, capital o extensión de los negocios, pero sus productos siempre gozaron del mejor crédito. Y así se mantuvo durante toda su existencia.

En el año 1882 Domingo Canter, ya anciano, dejó el liderazgo de La Sin Bombo en manos de su joven hijo Juan,[137] quien estuvo al frente del establecimiento hasta la venta a la C. A. T. en 1911.

Juan Canter (1860-1924) transformó a la fábrica artesanal de su padre en un verdadero establecimiento industrial. En 1890 La Sin Bombo construyó un suntuoso edificio en las calles Humberto I y Sarandí, que aún hoy desafía el paso del tiempo, el cual albergaba cientos de obreros que operaban todo tipo de modernas máquinas para el proceso de fabricación de cigarrillos, cigarros y tabaco. La Sin Bombo era una de las pocas fábricas que tenía su propia imprenta, en la que se confeccionaban no so-



Establecimiento fabril de La Sin Bombo situado en las calles Humberto I y Sarandí, en el barrio porteño de San Telmo. La fotografía es del año 1906.

lo las etiquetas de los cigarrillos IDEALES, SUBLIMES o LA SIN BOMBO, sino también libros de diversa índole. Los diseños de las marquillas se grababan en planchas de acero para luego ser transferidas al papel. La imprenta contaba con talleres de tipografía, encuadernación y fotografía de los más avanzados del país.





Juan Canter atendía personalmente el escritorio de la empresa La Sin Bombo situado en la calle Defensa 144, un edificio de unos seiscientos metros cuadrados. El exterior de la construcción se mantuvo sin modificaciones ya que así lo quiso conservar su propietario, por amor a las tradiciones. Canter habitaba en el ala derecha del edificio para tener un seguimiento cercano de las actividades que se desarrollaban en su empresa.

La Sin Bombo era una fábrica de término medio ya que Canter prefería una elaboración de calidad, supervisada personalmente, a una mayor en volumen pero de menor valía. Hacia fines del siglo XIX trabajaban en la empresa unos 50 operarios en cigarrillos, además de otros 15 en cigarros. Sus productos llegaban al interior del país y se estableció una sucursal en Rosario en la calle Córdoba 854, gerenciada por Antonio Gil, antiguo tenedor de libros de la casa central; de esta manera, se posibilitaba también la exportación a países limítrofes, pero siempre dentro de cantidades limitadas, ya que la firma no elaboraba (o decía no elaborar) productos de los llamados “populares” o de bajo precio.



Uno de los lemas de La Sin Bombo era "nuestra fábrica no es la que más vende, pero sí la que más tabaco habano consume". En los primeros años del siglo XX este establecimiento, según las estadísticas de la aduana, había importado en algunas ocasiones el 80% de todo el tabaco habano que había ingresado al país. Este hecho, según Canter, demostraba que su fábrica era la que elaboraba los cigarrillos de mejor calidad de la Argentina.

Además de las oficinas administrativas que funcionaban en la calle Defensa, en las marquillas de La Sin Bombo aparecen las direcciones de Perú 75 (actualmente Perú y Av. de Mayo, ocupado por una farmacia); Piedad (actual B. Mitre) y Florida, a menos de dos cuadras de Perú 75, y que también funcionaba como oficina y escritorio; Defensa 1343, que funcionaba como fábrica y depósito; Comercio 2051, que pasó a llamarse Humberto I en 1900 y era el establecimiento más importante, y San Juan 350 que es posterior a 1920 cuando Piccardo y Cía. Ltda. ya había adquirido las marcas de La Sin Bombo a la Compañía Argentina de Tabacos.

La empresa de los Canter produjo una enorme variedad de marcas. LA SIN BOMBO fue uno de los primeros productos puesto a la venta por Domingo Canter en 1864, al precio de $2.00 de la antigua moneda por paquete.[138]

Entre las marcas más acreditadas de la fábrica estaba SUBLIMES, también de 30 centavos, creada en 1865 o en 1872 según distintas publicidades de la misma empresa.[139] El ejemplar que se muestra en la página anterior es de principios de 1900 y esta marca fue producida hasta mediados de la década de 1950 por Piccardo y Cía.

Los cigarrillos IDEALES eran una variedad más económica de 20 centavos que fue lanzada en el año 1895 en formato de carterita alargada, para luego cambiar el diseño y el color cuando comenzó a ser producida en el formato de carterita cuadrada.

Además de las marcas ya mencionadas, La Sin Bombo elaboraba cigarrillos en todos los rangos de precios, incluso en el segmento popular de 10 centavos. Entre los productos más económicos estaban CADETE, CHIC, CÓNDOR (y también CÓNDORES), GAUCHOS, TERCETO y TITANES (de la que también existía una versión de 30 centavos). Para los cigarrillos GAUCHOS, que son de principios de 1900, se utilizaba tabaco Bahía y se aclaraba en la marquilla que no contenían tabaco nacional, para sugerir que eran de mejor calidad que las marcas de la competencia. En general las marcas económicas de 10 centavos utilizaban nombres más ligados a la vida cotidiana, como: BARRILETE, BOMBERO, EL INDIO, EL MISIONERO, LA CUECA, LA POPULAR, PAM-

PERO, MORO, etc. Por otro lado las marcas más caras aludían habitualmente a nombres identificados con fineza o exclusividad: ÚNICOS, REINA VICTORIA, PRÍNCIPE DE GALES, LOS FINOS, TRES CORONAS RESERVADOS, SUBLIMES, REAL BELGA o POUR LA NOBLESSE.



La imagen de los TERCETO corresponde al acta Nº 35896 del 12 de febrero de 1912 presentada ante la Oficina de Patentes y Marcas de Fábrica. Esta es una de las últimas marcas anotadas por Juan Canter antes de que La Sin Bombo fuera vendida a la C.A.T. Se trata en este caso de una renovación del registro ya que la marca existió al menos desde 1905, como hemos verificado por publicidades aparecidas en *Caras y Caretas*.[140] En las caras internas de la etiqueta aparentemente aparecían personalidades del quehacer político argentino, en este caso Florencio Varela, destacado escritor, periodista, político y educador argentino, quien se desempeñó como diplomático a favor de los intereses unitarios en el exilio luchando contra el gobierno de Juan Manuel de Rosas. La caricatura del reverso parece corresponder al general Julio A. Roca.

La marca CÓNDOR fue anotada en marzo de 1898. En el fragmento de marquilla que mostramos puede observarse que, al igual que en casi todas las etiquetas de la fábrica de Canter, aparece en ella una mujer alada tocando una trompeta mientras sostiene un paquete de cigarrillos LA SIN BOMBO. Esta figura corresponde a la alegoría de la diosa romana Fama, quien habitaba en las nubes y se encargaba de hacer conocer los hechos y rumores realizados por los humanos, tanto ciertos como falsos, positivos o negativos. En este caso se presume que su misión era hacer conocer las bondades de los cigarrillos elaborados por Canter. El 28 de febrero de 1908 se renovó el registro de la denominación comercial CÓNDOR correspondiéndole el Nº de acta 22736. Hubo un rediseño en la carterita, haciendo mucho más visible el nombre de la marca. Cambió también la dirección de la fábrica de la calle Perú 75 a Florida 98. En la parte superior alcanza a distinguirse el texto “una llena por tres vacías”, refiriéndose al canje de paquetes de cigarrillos llenos por marquillas.





Otra de las marcas de 10 centavos fabricada por La Sin Bombo era CADETE, registrada el 17 de septiembre de 1902 bajo el acta Nº 10974. En esta marquilla figura la dirección Sarandí 1063-1099 correspondiente a uno de los ingresos a la fábrica del barrio de San Telmo, cuya dirección más utilizada era Humberto I 2051. La alegoría que aparece en esta marquilla es la figura del dios griego Hermes o su equivalente romano Mercurio. Además de ser el mensajero de los dioses, Hermes era considerado el dios del éxito comercial y la abundancia. La vara adornada con dos serpientes enroscadas y ascendentes y coronada con un par de alas se conoce como caduceo y es el símbolo del comercio.

En la rango intermedio de 20 centavos por atado La Sin Bombo producía los ÁGUILA, CAPRICHOS, CUARTETO, ESPAÑA, MAGNÍFICOS, PATRIA y una de las presentaciones de los ÚNICOS. La etiqueta de CUARTETO que se muestra es previa al 7 de junio de 1901, fecha en que la calle Piedad pasó a llamarse Bar-





tolomé Mitre, y posterior a 1896 ya que el precio aparece impreso en el paquete. Solo hemos encontrado el acta del año 1912 en el registro de marcas. Una vez extendido el certificado, su validez es por diez años, así que se presume que los CUARTETO comenzaron a venderse desde al menos 1892. Al igual que con las tres damas que decoran la marquilla TERCETO, no hemos podido identificar a los cuatro hombres que aparecen en la cara frontal de los cigarrillos CUARTETO.

CAPRICHOS es otra de las marcas de 20 centavos de la manufactura de Canter. Fue inicialmente registrada en 1896 (acta Nº 6094), pero aparentemente comenzó a venderse[141] recién en el año 1903 cuando se la registró nuevamente (acta Nº 12409) y de donde hemos sacado la imagen coloreada que mostramos. Diez años después la C.A.T. renovó los derechos comerciales sobre la marca, aunque desconocemos hasta cuándo la siguió comercializando. Interesantemente en la marquilla aparece la leyenda "proveedor de la real casa" y el escudo de España (que fue reemplazado por una versión idéntica pero con los colores originales). Este escudo antiguo era denominado "escudo pequeño", data de la época de Isabel II (mediados del siglo XIX) y fue ocasionalmente utilizado hasta 1931. A diferencia del escudo español actual, este solo contiene los escudos de armas de Castilla, León, Granada y la Casa de Borbón.



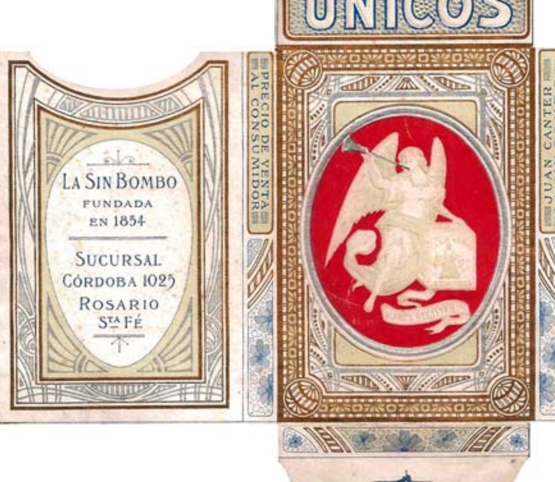
Los cigarrillos ÁGUILA fueron registrados por primera vez el 20 de febrero de 1902 (acta Nº 10395). El registro fue renovado en 1908 y nuevamente en 1918. Eran vendidos en las típicas carteritas cuadradas de 14 cigarrillos. En el frente traían el águila imperial o Reichsadler, un estandarte de la época de los emperadores romanos que fue adoptado como escudo de armas por Alemania. El águila de la etiqueta es muy similar a la utilizada en la época del Segundo Imperio Alemán (1871-1918), salvo por el escudo que lleva en su pecho y, obviamente, el paquete de cigarrillos entre sus garras. El lazo en la base parece decir "go ahead", extraño si se trata de un símbolo alemán. En la imagen obtenida del Boletín Oficial tampoco es posible distinguir el nombre del personaje que aparece en la cara posterior de la marquilla.

A medida que se aproximaba el año 1910 las distintas tabacaleras aprovecharon la ocasión para lanzar marcas alegóricas. Los cigarrillos PATRIA de 20 centavos la carterita de catorce cigarrillos fueron los finalmente elegidos por la fábrica de Juan Canter como estrategia de venta para el centenario de la Revolución de Mayo, tal cual puede inferirse por la presencia de los símbolos patrios en la cara frontal y del retrato del general José de San Martín en su cara posterior. Si bien no tuvieron tanta repercusión como la marca CENTENARIO de la manufactura Álvarez y Cía., los PATRIA gozaron de amplia difusión en las revistas de la época.

La marquilla de los cigarrillos PATRIA que se presenta es de mediados del año 1909, fecha en la que fue lanzada al mercado con gran publicidad en la revista *Caras y Caretas*,[142] aunque había sido registrada casi un año antes, el 13 de noviembre de 1908 bajo el acta Nº 24716. La C.A.T. renovó el registro de la marca en 1918, aunque aparentemente para esa época ya habían sido retirados del mercado.

Los cigarrillos ÚNICOS eran otra de las marcas de La Sin Bombo que empezaron a venderse a 20 centavos en el año 1910, varios años después del lanzamiento de la versión prémium de 40 centavos. Se los promocionaba como cigarrillos "emboquillados" y sin "pegadura". Su diseño era muy similar a otras marquillas de la fábrica (en las que nunca faltaba el rostro cuasi sonriente de don Domingo Canter) y se diferenciaba porque en su solapa interna tenía una fotografía de la fábrica de la calle Humberto I esquina Sarandí. Como ejemplo de los múltiples pasos que llevaba la impresión completa de la etiqueta, mostramos también una prueba de color confeccionada por la imprenta porteña La Nueva Artística del inmigrante italiano Alejandro Bianchi.[143] En la ventana oval falta el retrato del fundador de La Sin Bombo, y en la ventana rectangular la vista de la fábrica. La alegoría de la Fama tiene otro color. La impresión se realizaba con la técnica de cromolitografía utilizando cinco colores. Las cruces que se observan son las marcas de alineación para que las sucesivas pasadas con distintos colores coincidan en el mismo lugar del diseño.







Las personas con bolsillos más acomodados podían elegir entre los CELESTIALES y TITANES de 30 centavos o los ÚNICOS, la marca más cara de las que fabricaba La Sin Bombo, a 40 centavos el atado.

Los TITANES fueron registrados por primera vez en septiembre de 1896 y luego fueron renovados en los años 1906 (acta Nº 18539) y 1916 (acta Nº 53054). Tanto en la marquilla monocromática que aparece en el Boletín Oficial en 1906 como en una de las publicidades de la marca en la revista *Caras y Caretas*,[144] estos cigarrillos figuran con un precio de venta de 10 centavos. El diseño que mostramos tiene, sin embargo, el precio de venta de 30 centavos. Las leyendas "tabaco habano" y "papel de calidad superior" que aparecen en los laterales sugieren que en una primera etapa se trató de un producto más selecto, que luego se transformó en una marca popular. En las caras internas de la carterita aparecen los nombres de las marcas CUARTETO, ÁGUILA ("el mejor cigarrillo que se elabora en la República"), CÓNDORES (en lugar de CÓNDOR) y GLADIADORES. Los cigarrillos GLADIADORES fueron registrados en 1896 y la mención en la marquilla de los TITANES confirma que fueron efectivamente comercializados. La marquilla de los cigarrillos ÚNICOS de 40 centavos (registrada en 1904, acta Nº 13671) tiene a la alegoría de la diosa Fama y el rostro de Domingo Canter como la mayoría de las marquillas de La Sin Bombo, pero en este caso impresas en color dorado y relieve, para destacar su calidad.



En los registros de la Oficina de Patentes y Marcas encontramos varias solicitudes de marcas hechas por Juan Canter, que desconocemos si alguna vez salieron a la venta. Desde 1896 hasta 1905 hemos hallado: INCOMPARABLES, SARGENTO CABRAL y EXQUISITOS. Más cerca de la celebración del centenario de la Revolución de Mayo se registraron las marcas BUENOS AIRES, INDEPENDIENTES, JUNCALES y NACIONALES.[145] Además de cigarrillos, La Sin Bombo producía en 1895 cigarros habanos de las marcas LA BOLA (número 1), LA HOJA, REGATA, EL AMOR e INDIANA; y EL MUNDO, SALTO y EL CUARTETO de tabaco Bahía.[146]

¿Por qué La Sin Bombo?



Celebrar un evento "con bombos y platillos" significa, literalmente, realizarlo "con ostentación, con pompa, con alegría". Se hace referencia a dos instrumentos de percusión, el bombo y el platillo que, desde tiempos remotos, se han utilizado para anunciar la llegada de personalidades de mucha importancia, o bien en la celebración de torneos y fiestas multitudinarias a las que acudía el pueblo. Estos instrumentos siguen usándose aún hoy como los elementos más sonoros en las fanfarrias que preceden a los desfiles.

Desde el punto de vista publicitario era una práctica usual que la propaganda se realizara con métodos sonoros contundentes y llamativos, como ya hemos visto con el carro-bombo y el carro-cañón de Manuel Malagrida.



Era muy común en la Argentina de la segunda mitad del siglo XIX que en alguna esquina céntrica se parase un hombre provisto de un bombo, y a fuerza de golpear y golpear el instrumento lograra reunir un cierto número de curiosos, ante los cuales comenzaba su discurso, ponderando las virtudes de los comercios que patrocinaban su actuación.

Justamente el nombre de La Sin Bombo es muy apropiado para una manufactura de tabaco como la de Domingo y Juan Canter, quienes siempre tuvieron a la calidad como lema central para el desarrollo de sus productos. La firma argumentaba que sus cigarrillos eran los mejores que se producían y por lo tanto no necesitaban de publicidad, es decir podían venderse "sin bombo". El razonamiento es muy lógico y para hacerlo conocer al público se contrataban amplios espacios publicitarios en *PBT* y en *Caras y Caretas*, dos de las revistas argentinas más importantes de comienzos del siglo XX. Es decir, la empresa de Canter gastaba muchísimo dinero en avisos y en publicidad para explicar por qué no hacía falta que su fábrica de cigarrillos hiciera propaganda…



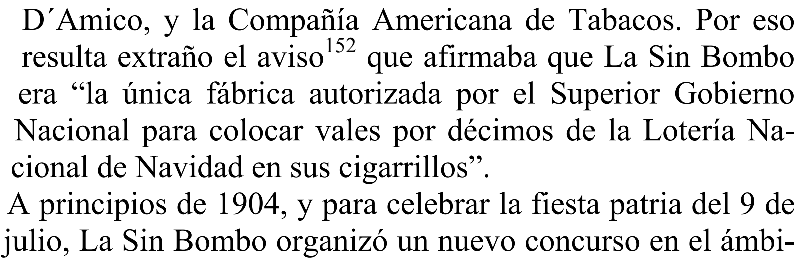
A modo de ejemplo, la primera publicidad de La Sin Bombo en *Caras y Caretas* apareció en junio de 1903. Hasta fines de 1908 aparecieron 215 avisos publicitarios en 280 ediciones de la revista, es decir que la fábrica de Canter tuvo presencia en prácticamente todos los números. En el período siguiente hasta 1912 las publicidades se redujeron a 35 en 180 números. Luego de 1912, cuando la C.A.T. ya se había adueñado de La Sin Bombo, hasta 1919 cuando pasó a manos de Piccardo, solo registramos nueve avisos con las marcas de la manufactura que ya había cumplido más de 50 años de vida.

Las publicidades y los concursos



Como ya mencionamos, los avisos de La Sin Bombo en la revista *Caras y Caretas* comenzaron en 1903 y se mantuvieron por muchos años, hasta 1919 cuando la firma ya estaba en poder de la C. A. T. y a punto de pasar a manos de Piccardo. Desde que fue fundada, la fábrica de Domingo y Juan Canter siempre basó su publicidad en la calidad inigualable de sus cigarrillos. Para probarlo solía publicar certificados firmados por la Oficina de Impuestos Internos de la Nación,[147] de la Aduana de la Capital[148] en los que se constataba la cantidad de tabaco Habano que había sido importado, y se aseveraba que La Sin Bombo era la fábrica que más tabaco de Cuba consumía en la República. En las primeras publicidades, como por ejemplo la de los cigarrillos CAPRICHOS,[149] se insistía en que sus productos no contenían premios, ni vales, ni figuritas, dando a entender que con la calidad del tabaco era suficiente. Incluso se promocionaba a ESPAÑA de 20 centavos como "el mejor cigarrillo del mundo".[150] Sin embargo, prontamente la empresa adoptó la modalidad de ofrecer premios a sus consumidores y para fines de 1903 los cigarrillos IDEALES traían vales que podían canjearse por décimos de la Lotería Nacional de Navidad, con un millón de pesos en premios. Según la propia publicidad de la empresa[151] se habían adquirido 1500 décimos de la lotería del millón que podían canjearse por los vales que aparecían en los atados de cigarrillos. También podía obtenerse un billete de un décimo a cambio de 1000 etiquetas de los cigarrillos IDEALES. Pudimos constatar en las publicidades de *Caras y Caretas* que para el sorteo de Navidad de 1903 ofrecían billetes de lotería, además de La Sin Bombo, las fábricas La Proveedora, M. Ubal y Cía., Rodríguez y D´Amico, y la Compañía Americana de Tabacos. Por eso resulta extraño el aviso[152] que afirmaba que La Sin Bombo era "la única fábrica autorizada por el Superior Gobierno Nacional para colocar vales por décimos de la Lotería Nacional de Navidad en sus cigarrillos".





A principios de 1904, y para celebrar la fiesta patria del 9 de julio, La Sin Bombo organizó un nuevo concurso en el ámbito de la Capital Federal ligado a sus cigarrillos IDEALES con 64 premios que sumaban un total de $5000.[153] Para hacerse del primer premio de $2000 debía presentarse antes del 6 de julio el mayor número posible de las figuritas con caricaturas y retratos que venían en el interior de los atados. Como ejemplo mostramos una figurita en la que aparece la comediante, actriz y cantante francesa Amelie Dieterle (1871-1941), quien a partir de 1891 comenzó una larga carrera en el Teatro de Variedades de París. Contrariamente a las promociones de otras manufacturas, en las que se debían presentar series completas para obtener los premios, aquí podían presentarse figuritas repetidas ya que para ganar solo importaba la cantidad total que cada concursante pudiera reunir.



Además de ser el propietario de La Sin Bombo, Juan Canter siempre mostró interés en la literatura y la historia de nuestro país. Fue un importante bibliófilo y coleccionista (numismático) con una biblioteca que contaba con numerosas obras sobre arte e historia de América, no solo de libros sino también de piezas documentales originales procedentes de la Imprenta de los Niños Expósitos de Buenos Aires, donde vieron la luz muchos de los impresos de la independencia del Río de la Plata.

Canter además donó a la Biblioteca América de Santiago de Compostela[154] numerosos libros, documentos, medallas y monedas de su propia colección. Su afición por la numismática y la medallística lo llevó a imprimir sus propias medallas conmemorativas, además de editar varias obras de Alejandro Rosa, como *Numismática: Independencia de América* (1904) o *Monetario americano (ilustrado), clasificado por su propietario* (1892). La medalla homenaje al "gran patricio" realizada con motivo del 84º aniversario del natalicio del general Mitre fue acuñada en 1905 por Horta y Cía. En otra medalla que recuerda el 96º aniversario de la Revolución de Mayo, los grabadores Bellagamba y Rossi reproducen la Pirámide de Mayo y los rostros de seis de nuestros patriotas más ilustres.[155] Luego del lanzamiento de los cigarrillos PATRIA y próximo al centenario de la Revolución de Mayo, también se acuñó (Constante y A.F. Rossi) una medalla alusiva.[156]







Incluso su hijo Juan, nacido en 1895, fue un reconocido historiador (y también numismático[157]) que siguió los lineamientos de la escuela fundada por Bartolomé Mitre escribiendo hasta bien entrada la década de 1940.[158] Si a esto sumamos que su imprenta era una de las mejores del país, es natural el hecho que no solo haya impulsado varios concursos literarios, sino que haya editado e impreso un buen número de obras, especialmente de carácter histórico. A fines del siglo XIX Canter se convierte en el administrador de *Miniaturas*, un periódico semanal de literatura y arte que comenzó a publicarse el 19 de marzo de 1899, bajo la dirección de Emilio Vera y González. En los 31 números que se editaron conviven un detallado registro de la actividad teatral y artística de la época junto a llamativos avisos de La Sin Bombo.[159]



Hacia 1902 Canter organiza el "Concurso Histórico Literario de La Sin Bombo". Se trata de un concurso de novelas históricas para fomentar y estimular el amor a la literatura nacional y asimismo respaldar y promocionar a los noveles escritores. Lorenzo Fernández Duque[160] comenta favorablemente la idea de Juan Canter de lanzar este certamen. El crítico explica que el concurso ha sido poco exitoso, sobre todo debido a lo restringido de la temática y a que el jurado era de poco prestigio. El primer premio se declaró desierto; el segundo fue asignado a José Antonio Pillado, un montevideano afincado en nuestro país, por su obra *Golpe en Vago* (que según Fernández Duque es la peor de todas). En el Archivo General de la Nación hay desde 1999 una biblioteca con su nombre, producto de la abundante y valiosa documentación donada por la familia de Pillado.[161] El tercer premio correspondió a Juan A. Facio por la novela *¿Qué fue? Memorias 1813-1814*; y al periodista, poeta y dramaturgo argentino Martín Coronado se le otorgó una mención de honor por su escrito *La Bandera*. Todas las obras fueron editadas, impresas y encuadernadas en los talleres gráficos de La Sin Bombo en 1903.



En septiembre de 1905 La Sin Bombo invitó a los escritores argentinos y residentes en la República a que tomaran parte de un concurso de cuentos infantiles para promocionar sus productos[162] y también, según Canter "*con el propósito de conseguir que los niños, sin darse cuenta que estudian, se empapen de nuestra historia, conozcan a nuestros héroes, célebres u oscuros, sus acciones y sus grandezas y aprendan a amarles, a amar a esta patria tan digna de ser amada*".

Dentro de las bases del concurso se establecían las siguientes condiciones:

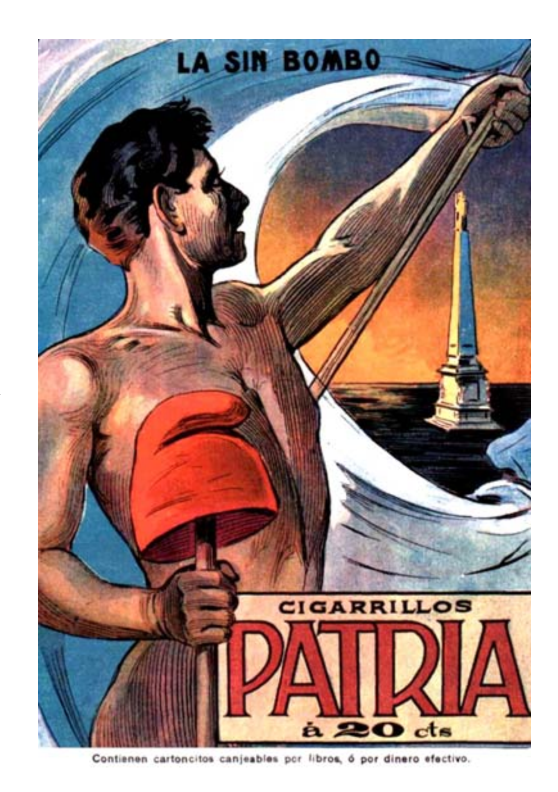
Los cuentos debían estar escritos en estilo sencillo, destinados especialmente a los niños, y no debían apartarse de la más severa moral. Deberían tratarse sobre hechos históricos ocurridos en la Argentina. La longitud del texto debía ser entre cinco mil y siete mil caracteres y enviarse antes del 30 de octubre. Un jurado declararía cuáles cuentos eran aceptados y cuáles no; a los aceptados se les pagaba diez pesos y el resto se les devolvía a sus autores.



Los cuentos aceptados fueron editados en forma de libritos y se repartieron en los atados de cigarrillos de la Casa, junto con una boletita para que los consumidores votaran por su cuento favorito.[163]

El 30 de diciembre se realizó el recuento de votos con la entrega de 64 premios que iban desde $500 a $25. El jurado estuvo compuesto por José J. Biedma, Rodolfo W. Carranza, Alejandro Rosa, José Antonio Pillado y Emilio Vera y González. Además de los ya mencionados, Biedma fue un militar, historiador y periodista que participó en las campañas de la Patagonia, siendo también Director del Archivo General de La Nación entre 1904 y 1921. Carranza fue director de la *Revista Nacional*, dedicada a la historia americana, la literatura y las ciencias sociales. No encontramos publicaciones en donde aparecieran los resultados del concurso, pero hallamos los nombres y las imágenes de algunos de los libritos editados. Entre los autores[164] tenemos a Alfredo L. Martí, quien escribió *Un Emisario de San Martín*, D. Perfecto, autor de *Justicia de San Martín*, W. Fand Zener, *Una Obra de San Martín* y M. Dupín, *San Martín y un Arriero*. Otros libritos fueron dedicados a José Valentín de Olavarría (1801-1845) militar argentino de activa participación en las batallas por la independencia y las que enfrentaron a unitarios y federales. El librito del general Miranda se refiere a Francisco de Miranda, un político y militar venezolano quien tuvo el privilegio de participar en los tres grandes movimientos históricos y políticos de su tiempo: la Guerra de Independencia de los Estados Unidos, la Revolución Francesa y las Guerras de Independencia Hispanoamericana.



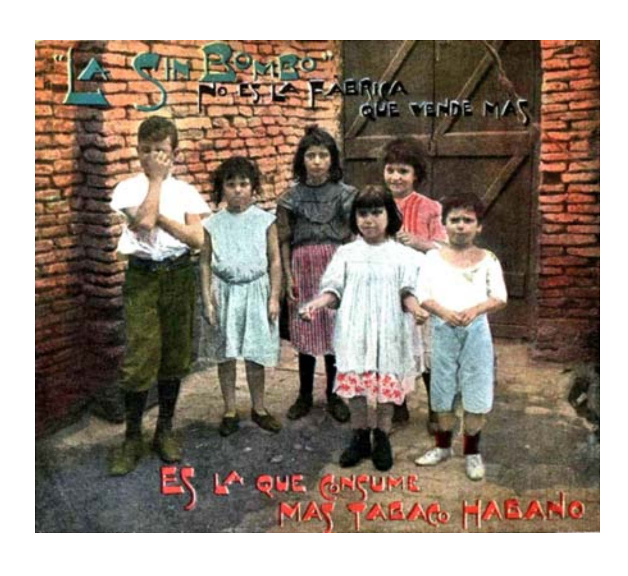


Debido a la excelente acogida que tuvo este concurso, "no solo entre los niños, sino entre los más distinguidos educadores" en abril de 1906 se organizó otro similar con el objetivo de "contribuir al conocimiento de la Historia Patria y a avivar el patriotismo en los corazones de los niños". Al igual que el anterior, este concurso debía basarse en hechos históricos argentinos. En este caso los libros podían tener hasta 32 páginas por lo que el número máximo de caracteres se extendió hasta quince mil. La fecha tope para el envío fue el 15 de agosto de 1906 y se premiaron 76 cuentos en total. Al igual que en el concurso anterior, el jurado estuvo formado por reconocidas personalidades, aunque en este caso se destacaban más por sus cualidades de escritores de ficción que por las de historiadores. El miembro más reconocido fue el prestigioso poeta, novelista y cuentista argentino, Dr. Ángel de Estrada. El resto del jurado lo componían el escritor y abogado entrerriano Dr. Martiniano Leguizamón, José Luis Cantillo (probablemente se trate de José Luis Cantilo[165]), y el historiador Carlos I. Salas. Emilio Vera y González actuó como secretario.

En 1909 la fábrica lanzó al mercado sus cigarrillos PATRIA y junto con ellos una nueva promoción[166] en la que se entregaban libros a cambio de un determinado número de cartoncitos contenidos en los atados. Por ejemplo con 750 vales[167] se podía obtener *La Historia del general San Martín y de la Emancipación Sudamericana*, obra de Bartolomé Mitre, en encuadernación de lujo hecha en Francia. Por 100 vales podía adquirirse la misma obra en edición rústica de seis tomos hecha por *La Nación*. Por 15 cartoncitos podían canjearse por libros de la biblioteca CHIC, una marca de cigarrillos del rango económico de 10 centavos que la empresa había lanzado al mercado a fines de 1907 y registrado bajo el Nº 21886. Para acreditarla la firma de Canter la había asociado con la literatura novelesca ofreciendo a los fumadores una amplia variedad de libros de ficción.[168] Además, se podían obtener obras educativas, morales y de autoayuda como *El Deber*, *El Ahorro* y *¡Ayúdate!*, escritas por el médico y profesor escocés Samuel Smiles.[169] Todas las obras fueron editadas por Juan Canter y la traducción de varias de ellas de su versión original en inglés la realizó Agustín Arana Viana.

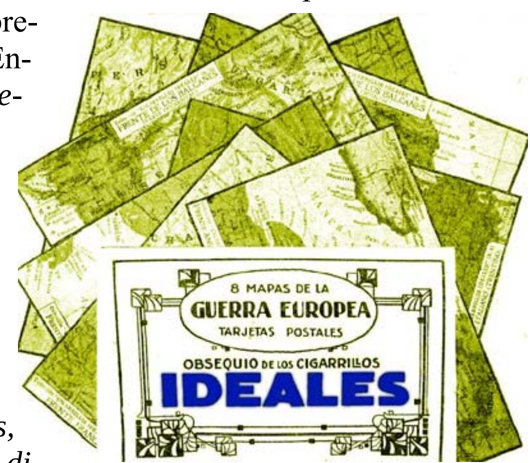


A pesar de que las publicidades de La Sin Bombo casi siempre fueron muy básicas, adornadas apenas con unas simples filigranas, la primer foto color de cualquier género publicada en la revista *Caras y Caretas*,[170] correspondió a un aviso de La Sin Bombo de 1906 en la que aparecen seis niños rodeados de la frase que hizo célebre a la empresa de Canter "**La Sin Bombo no es la fábrica que vende más, es la que consume más tabaco habano**".



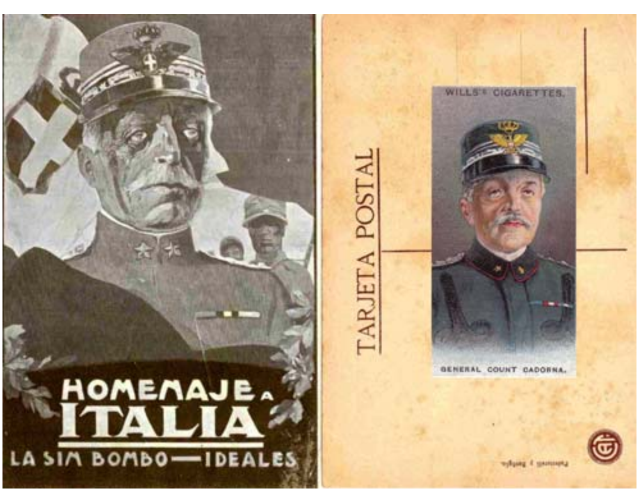


En 1911 la fábrica de Canter, junto con la mayor parte de las tabacaleras más importantes, pasó a manos del trust tabacalero inglés conocido como la Compañía Argentina de Tabacos. Este nuevo conglomerado de fábricas conservó solo los productos más acreditados de las empresas que había adquirido y centró la publicidad en las marcas más antiguas y tradicionales. De la compañía de Canter las elegidas fueron LA SIN BOMBO, IDEALES y SUBLIMES, aunque CAPRICHOS, ESPAÑA y ÚNICOS continuaron produciéndose al menos hasta fines de 1918. La C. A. T. introdujo un simpático personaje conocido como el Gnomo de los cigarrillos IDEALES, que no se cansaba de alabar las bondades del producto, e invitaba a los fumadores a que le escribieran diciendo por qué preferían los IDEALES frente a otras marcas de 20 centavos. Entre las opciones estaban: *porque no tienen palo, porque vienen sin cupones, por su sabor, por su frescura, o por cualquiera de sus múltiples cualidades*.[171]



Revisando las cartas que aparecen en algunas publicidades[172] encontramos una en la que un consumidor expresa que "*Hay una cierta fábrica con reclame hasta por bajo tierra que, zaherida por el hecho de que los IDEALES tuvieran tanta fama por su buen tabaco habano, habían decidido formar un plan con los cigarreros para desacreditar a los IDEALES, vendiéndolos al precio de 15 centavos, comprometiéndose la tal fábrica a abonar el déficit que la diferencia del precio reportase; pero dicha combinación fue un verdadero fracaso, porque el público, conocedor de esta infamia, y sabiendo que los IDEALES eran de puro tabaco habano y que la fábrica de éstos no podía hacer semejante cosa, comprendió, dejando a los dos días sin IDEALES a los cómplices del pícaro gerente de la fábrica X*."

Este relato, verdadero o ficticio, ilustra las tretas comerciales que se utilizaban a principios del siglo XX con el objetivo de desacreditar las marcas competidoras.



En el año 1918, ya en las postrimerías de la primera guerra mundial, la marca IDEALES adquirió 40.000 colecciones de tarjetas postales, cada una con ocho detallados mapas en color de los diferentes frentes bélicos de la Gran Guerra Europea, para entregarlas como obsequio a sus favorecedores. El único requisito era realizar el pedido por carta y la empresa remitía las postales a vuelta de correo con el franqueo pago.[173] De esa misma época es la postal de homenaje a Italia en la que aparece el Mariscal Luigi Cadorna, tristemente célebre por su desastrosa campaña en la frontera austro-húngara que costó la vida de 300.000 italianos. El mariscal Cadorna presumiblemente dio origen al vocablo lunfardo porteño "Cadorna" que significa "de mala calidad", aunque también se usa cuando se le quiere reclamar a alguien desconocido o inexistente (por ejemplo "¡andá a reclamarle a Cadorna!"). Es probable que los inmigrantes italianos hayan asociado el apellido del mariscal con la cualidad de malo en forma general, y de ahí la etimología de la palabra. En el reverso de la misma postal, que fue impresa por Podestarelli y Bonfiglio, hemos superpuesto la reproducción de una figurita de los cigarrillos ingleses Wills en la que también aparece el militar italiano.



Regresamos momentáneamente a 1906 para mostrar una de las pocas publicidades en color[174] de La Sin Bombo en la que se anuncia la aparición de dos nuevas marcas que ya hemos mencionado: CELESTIALES de 30 centavos y MAGNÍFICOS de 20 centavos, junto con la frase que identificaba a la empresa.

Otra publicidad llamativa de los cigarrillos IDEALES apareció en julio de 1918 al cumplirse un nuevo aniversario de la toma de la Bastilla, acaecida el 14 de julio de 1789. La Compañía Argentina de Tabacos, cuyo logo puede distinguirse en la parte inferior del aviso, participó de la fecha patria francesa con esta publicidad en la revista *Caras y Caretas*.[175] Ese mismo año la C. A. T. aún elaboraba las marcas ESPAÑA, IDEALES, CAPRICHOS y ÚNICOS emboquillados de 20 centavos, SUBLIMES y SIN BOMBO (17 cigarrillos) de 30 centavos y ÚNICOS armados de 40 centavos.

Para finalizar con la historia de la empresa de Canter haremos mención de una curiosa anécdota sobre las peripecias del primer automóvil que circuló por la Ciudad de Buenos Aires tal cual que fue reportada por Raúl H. Álvarez en una carta de lectores del diario *La Nación*.[176]



"*Este año (2004) se cumplió el centenario de la aparición del primer automóvil en las calles de Buenos Aires. Se trataba de un auto marca Otto Benz, de bencina y de dos cilindros horizontales, sin parabrisas y capota, que había comprado en París Dalmiro Varela Castex (hijo de Juan Cruz Varela y nieto de Florencio Varela, un prócer de nuestra historia) en sociedad con su amigo Sebastián Alcorta. Se cuenta que en uno de sus primeros paseos por el corso de Palermo asustó a los caballos de los «landeau» que allí circulaban, por lo cual la policía pidió que retirasen el vehículo durante ese festejo. Asimismo, es notable destacar que cuando el auto fue desembarcado en el puerto, la Aduana se enfrentó con un dilema para autorizar su ingreso pues no estaba aforado y no se podían establecer, por lo tanto, los derechos que correspondía abonar por su importación. También hubo en su momento una cuestión en cuanto a la patente. Por ser el primer automóvil le correspondía el número 1 y ese mismo derecho lo reclamó, luego, el intendente municipal, llegándose, finalmente, a un fallo salomónico por el que se creó, entonces, la primera «chapa oficial», también con el número 1, dejándole el mismo número al auto de Varela Castex en la categoría de «particular». El insólito destino de este primer automóvil, después de unos años, fue haber sido comprado, cuando ya estaba viejo y destartalado, por Juan Canter, propietario de la fábrica de cigarrillos La Sin Bombo, quien lo utilizó para publicitar sus productos colocando un gran bombo sobre su armazón. Hasta allí he seguido el rastro*."

Aun cuando la veracidad de la historia no está comprobada, de ser cierta resulta increíble que justamente la fábrica La Sin Bombo de Canter, quien por años se jactó de que sus productos eran de tal calidad que no necesitaban ser publicitados, haya utilizado la vieja carrocería de este auto histórico para hacer la propaganda de sus cigarrillos, ¡utilizando un bombo!

Los hermanos Manuel y León Durán y la fábrica La Proveedora

Don Manuel Leandro Durán Rodríguez,[177] así su nombre completo, nació en la ciudad española de Puebla del Maestre, Extremadura, el día 13 de febrero de 1849. Fue hijo de Juan Durán Rodríguez, de oficio herrador de caballos y veterinario, y de Manuela Rodríguez Cuello. En 1872, ya residiendo en la Argentina, se casó con la también española Francisca Pérez con quien tuvo cuatro hijos, un varón (Cecilio) y tres mujeres (Manuela, Clotilde y Amalia), según consta en los datos del censo nacional del año 1895.[178]

Durán recibió la instrucción primaria en su pueblo y a los 20 años se estableció en Sevilla, trabajando como administrativo en los conocidos almacenes "Los Caminos", tienda preferida por la alta burguesía y la aristocracia. Aprovechando la oportunidad que le brindaba la campaña organizada por los gobiernos de España y Argentina para facilitar la emigración, en agosto de 1870, con escasos veintiún años de edad, Durán se embarcó en el puerto de Cádiz hacia Buenos Aires en la fragata mercante Ana Parodi. Su pasaje era más bien modesto, tercera clase. Sin embargo, a los pocos días ya viajaba en primera y comía en la mesa de cámara junto al capitán Giacomo. ¿Qué había sucedido en tan corto tiempo? La cámara principal del barco debía ser pintada, y no habiendo quien lo hiciera, Durán se ofreció para el trabajo. Lo hizo desde el alba hasta el poniente, y pintó además amuras, puertas y camarotes, y todo lo que fuera necesario, coronando su obra al inscribir sobre la puerta principal de la cámara de popa "Salutem Ana Parodi". El capitán le devolvió su modesto pasaje y lo agregó a la oficialidad, ofreciéndole además llevarlo a cuanto puerto quisiera, gratuitamente.

Manuel Durán Rodríguez, fundador de La Proveedora en 1874.

Ciudad de Buenos Aires Sección 3ª Piedad 974

hogar ó familia

Número de orden	A. CUAL ES SU APELLIDO? NOMBRE?	B. Es varón ó mujer	C. Cuantos años ha cumplido	D. Es soltero, casado ó viudo	E. A qué nación pertenece
1	Manuel Durán	v.	46	casado	España
2	Francisca Perez de Durán	m	42	casada	"
3	Cecilio Duran	v	19	soltero	Argentino
4	Manuela Durán	m	22	soltera	"
5	Clotilde Duran	m	16	soltera	"
6	Amalia Duran	m	15	soltera	"

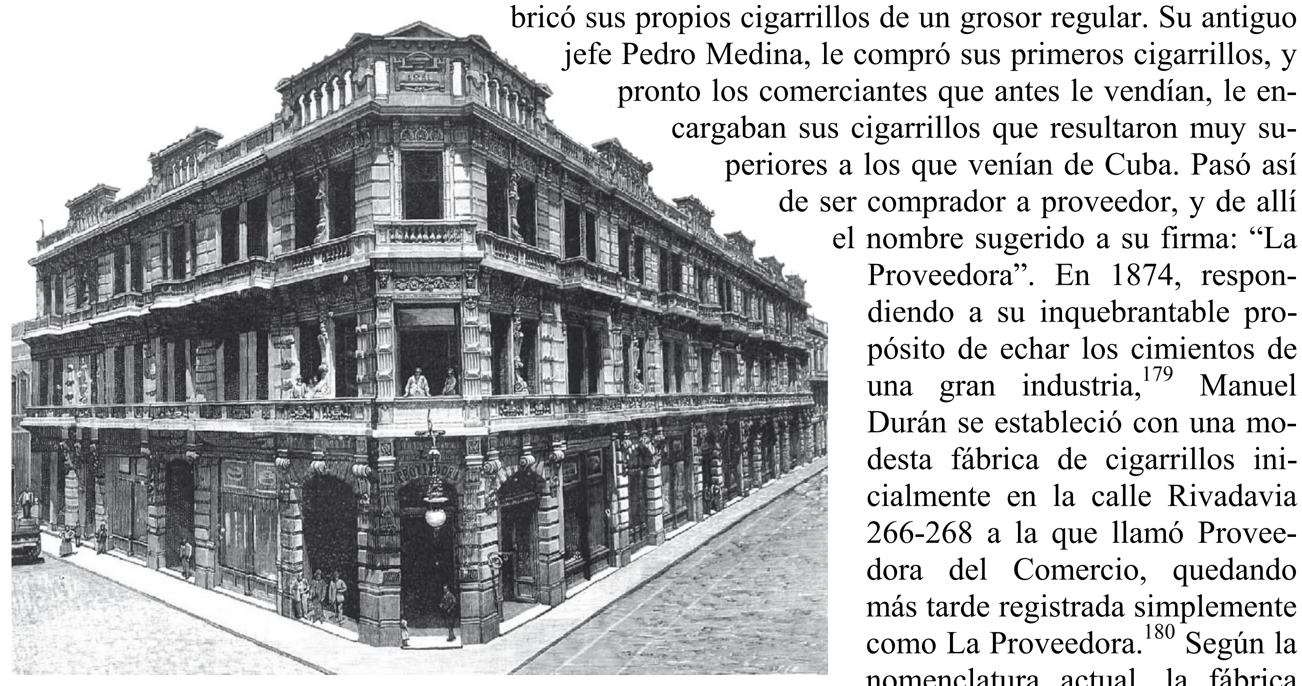
Fragmento del folio del censo de 1895 perteneciente a la vivienda ubicada en la calle Piedad 974, con los datos del fundador de La Proveedora y de su familia más cercana

Pero Durán, al llegar al Río de La Plata se sintió deslumbrado por Buenos Aires, y allí desembarcó. Lo atraparon el bullicio y movimiento de la ciudad; el número y el lujo de sus almacenes y tiendas; la comodidad y belleza de sus edificios; la amplia libertad, el bienestar y la abundancia que gozaban la mayoría de sus habitantes; la franqueza de sus hombres y la belleza de sus mujeres. Inmediatamente, al día siguiente de su llegada, ya estaba trabajando como dependiente en la tienda de Don Timoteo Jaiñaga, en la calle del Perú. Al poco tiempo, ya era dependiente principal en el despacho de yerba paraguaya de los señores Méndez y Viejobueno, cerrado poco después por los estragos de la fiebre amarilla. De allí pasó como escribiente a la escribanía del señor Naveira, hasta ingresar en la del escribano público Don Pedro Medina en el Banco Hipotecario, en donde trabajó durante tres años. Con un mejor sueldo, más tiempo libre y, a la vez, una gran cantidad de amigos y conocidos, comenzó a sacar provecho de ello.

En el mismo año de 1870 vio la posibilidad de proveer de cigarrillos al personal del banco, para evitarles tener que salir a comprarlos. Hasta ese momento, todo lo que sabía Durán de cigarrillos y tabaco era fumar.

Así compró en una casa introductora un cajón de cien atados de cigarrillos de paja de trigo de La Habana, provisión que renovaba continuamente, y también papel y picadura. Día y noche trabajaba

Durán, feriados y domingos. Le compraban desde el presidente del banco hasta el portero, y de otras tiendas, almacenes y oficinas establecidas en la calle de Rivadavia, en tal cantidad que debió renunciar a su empleo para poder practicar su comercio. Rápidamente agudizó su ingenio: hasta ese momento los cigarrillos de La Habana llamados "Habanillos", eran de mal papel y muy escaso tabaco, muy angostos. Durán compró entonces el mejor tabaco habano de plaza y un buen papel, y fabricó sus propios cigarrillos de un grosor regular. Su antiguo jefe Pedro Medina, le compró sus primeros cigarrillos, y pronto los comerciantes que antes le vendían, le encargaban sus cigarrillos que resultaron muy superiores a los que venían de Cuba. Pasó así de ser comprador a proveedor, y de allí el nombre sugerido a su firma: “La Proveedora”. En 1874, respondiendo a su inquebrantable propósito de echar los cimientos de una gran industria,[179] Manuel Durán se estableció con una modesta fábrica de cigarrillos inicialmente en la calle Rivadavia 266-268 a la que llamó Proveedora del Comercio, quedando más tarde registrada simplemente como La Proveedora.[180] Según la nomenclatura actual, la fábrica estuvo ubicada en Rivadavia 990, casi esquina Carlos Pellegrini.



Vista exterior de la fábrica La Proveedora propiedad de Manuel Durán, en la esquina de las calles Piedad (B. Mitre desde 1901) y Artes (C. Pellegrini desde 1907).

La fabricación de cigarrillos de papel con tabaco habano, puede decirse que nació con La Proveedora, pues los que se habían elaborado hasta entonces, se habían hecho con procedimientos tan rudimentarios y en cantidades tan pequeñas, que no podían competir con los que se introducían del extranjero.

Seducido por el éxito de la recientemente creada manufactura, su hermano León viajó desde España para asociarse en el emprendimiento y transformarse en su brazo derecho. León Durán estaba estudiando medicina, cuya carrera seguía con singular éxito. A pesar de todo decidió embarcarse hacia Buenos Aires, dando una nota discordante comparado con el resto de los inmigrantes, pues su presencia y formación estaba muy lejos del perfil de quienes llegaban a nuestro país en aquellos tiempos. León Durán comenzó a trabajar a tiempo completo en la fábrica de su hermano en 1876.



León Durán, hermano de Manuel y encargado de La Proveedora desde 1900.

En 1880 La Proveedora era una de las fábricas con más ventas en el país y Manuel Durán decidió recorrer Europa para observar personalmente a las grandes industrias del ramo y traer nuevos conocimientos y las máquinas más modernas al país. En 1883 repitió su viaje, al que le siguió una notable expansión de su empresa, llegando incluso a exportar sus productos a los países limítrofes. Pasó de tener 160 obreros en 1885-86, a tener 200 en 1893 y 500 en 1895. Ya en 1886 M. Chueco[181] califica a esta fábrica como la mayor del país en su tipo y, en algún momento, de Sudamérica. En 1892 Dimas Helguera[182] dice que está entre las que poseen los mayores adelantos del globo, y en el diario *La Prensa* del 01 de enero de 1893 se dice que es la rectora en precios. En esa época La Proveedora fabricaba 30 clases de cigarrillos (eso sin contar las variedades de cigarros), pero no por eso dejaba de importar habanos de

Bock, Upmann, Hoyo de Monterrey, Murias, R. Allones, Partagás, H. Clay, así como cigarrillos americanos, italianos de Bremen, etc. Entre las marcas más destacadas producidas por la fábrica encontramos: ESCEPCIONALES, EL PAYADOR, LA PROVEEDORA, LA VERDAD, MILITARES ARGENTINOS, VUELTA ABAJO, CRUCERO RÍO DE LA PLATA, MONTEVIDEO, FRAGATA DE GUERRA PRESIDENTE SARMIENTO, HABANA BOUQUET, HIGH LIFE, PAN HABANO, RÍO JANEIRO y DIANA.



La marquilla de los cigarrillos ESCEPCIONALES de La Proveedora, con tabaco habano y papel especial, es de aproximadamente 1880 y es una de las primeras elaboradas por la firma de un muy joven Durán, que aparece en la ilustración de la etiqueta. La dirección de la cigarrería, fábrica y depósito de tabacos habanos, Rivadavia 266-268, corresponde al primer establecimiento en donde funcionó La Proveedora. Las medallas que se observan en la etiqueta son por el premio (medalla de cobre) otorgado a Durán en la Primera Exposición Industrial que se realizó en el país, organizada por los activos miembros del Club Industrial. Esta muestra fue inaugurada el 15 de enero de 1877 en el Colegio Nacional de Buenos Aires y durante 35 días los asistentes pudieron reconocer la potencialidad de las incipientes industrias nacionales. La Proveedora también obtuvo medalla de cobre en la Exposición Continental Sudamericana (1882) y de plata en las de Mendoza (1885) y del Paraná (1888). En el l° piso de su edificio de Piedad y Artes (actuales Bartolomé Mitre y Carlos Pellegrini, construido a principios de la década de 1890 ocupando casi un cuarto de manzana) se realizó la Exposición del Museo de Productos Argentinos para participar en Exposiciones Internacionales como la Universal de Chicago en 1893.[183]

Una de las innovaciones más significativas que introdujo Durán en la industria tabacalera argentina fue el cambio en la forma del paquete, que hasta entonces era redondo, haciéndolo rectangular, reforma que luego adoptaron los otros fabricantes del país por ser más práctico y fácil de estibar. Pero además de ser el primer fabricante en estas costas que utilizó tabaco habano en su producción, experimentó también con la fabricación de cigarros tipo habano. No obstante, la crisis del país y las leyes impositivas de 1895 lo desengañan un poco de su afán industrialista, por lo que nunca descuidó la venta al detalle en su local de productos traídos desde Cuba.

Como la mayoría de los industriales del momento Durán atendía su negocio en persona, llegando al extremo de vivir en el tercer piso de su fábrica La Proveedora en Piedad y Artes. Cierto es que por el buen gusto de su mobiliario y las obras de arte que poseía era considerado uno de los palacetes de la ciudad. Manuel Durán fue también un entusiasta de la agremiación industrial, organizó y apoyó diversas manifestaciones del arte, fue un gran filántropo y contribuyó a los actos de homenaje y conmemorativos.

Durán desempeñó el cargo de vicepresidente del Banco Español; estuvo considerado como un fuerte ganadero en el partido de Nueve de Julio, en la provincia de Buenos Aires, en donde era una figura popular y querida; fue miembro destacado de la cámara de Comercio, de la Asociación Patriótica Española y de otras muchas instituciones culturales. Desempeñó la dirección del Hospital Español, colaboró en el regalo a España del crucero Río de la Plata y tomó parte en la comisión que entregó las banderas a los destructores argentinos “Cervantes” y “Juan de Garay”.

El fundador de La Proveedora fue el presidente de la Comisión Española del Centenario Argentino organizada por el Club Español.[184] Con su iniciativa e importante apoyo económico se reunieron 10.000 pesos moneda nacional, que contribuyeron para erigir el monumento que todavía se conserva en la avenida del Libertador y avenida Sarmiento de Buenos Aires, en memoria de la adhesión de España al Primer Centenario de la Independencia de Argentina. Este monumento, popularmente conocido como "Monumento de los españoles" y cuyo nombre oficial es "Monumento a La Carta Magna y las Cuatro Regiones Argentinas", fue concebido por los escultores españoles Agustín Querol y Cipriano Folguerolas. Si bien la piedra fundamental se colocó en el año 1910, su inauguración ocurrió recién en 1927 debido a la muerte de los escultores y a numerosos problemas burocráticos.

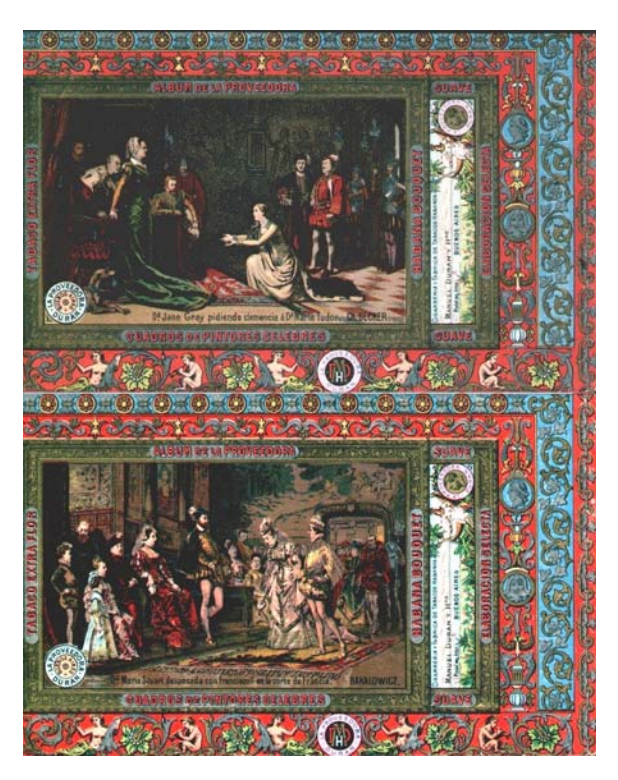


Durán no solo participaba activamente en la comunidad española en la Argentina, sino que también colaboraba con gran generosidad con España y su pueblo natal. Por ejemplo donó dinero para la contienda de Marruecos o la Guerra del Rif (1911–1927) entre España y las tribus del norte de Marruecos; contribuyó en el socorro de las víctimas del incendio del Teatro Novedades de Madrid en 1928, y acogió con gran afecto y delicadeza al poeta andaluz Salvador Rueda, quien permaneció, reponiéndose de una grave enfermedad, durante setenta días en su casa. Fue condecorado por el rey Alfonso XIII, como Comendador de la Orden de Isabel la Católica y también recibió la Medalla Militar con distintivo blanco, así como la placa de Carlos III.

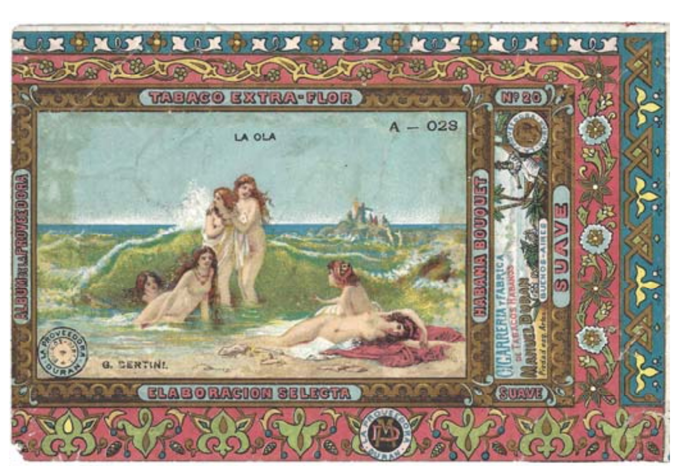


Dentro de las obras que Manuel Durán realizó en su pueblo natal, podemos distinguir un grupo de escuelas, originalmente una para niñas, otra para niños y un amplio salón de cultura en el medio, con capacidad para 400 alumnos. En la foto[185] de aproximadamente 1930 se observa a Manuel Durán (en el centro) rodeado de las autoridades escolares y maestros, con las banderas argentina y de la segunda república española de fondo. Notamos que el cuadro colgado en la pared corresponde a Durán. En la foto[186] actual de la escuela puede leerse "Escuelas Manuel Durán a su pueblo natal – Homenaje a España y la Argentina". Durán además contribuyó con un magnífico Salón Cultural; un dispensario antipalúdico; el empedrado general de las calles del pueblo; la construcción de siete kilómetros de carretera para unir a la población con la carretera de Venta de Culebrín; la biblioteca pública, dotada de varios millares de libros, entre los que se pueden encontrar una amplia variedad de autores argentinos, destinados, según la voluntad de Durán, a servir de fuente de consulta a todos cuantos quisieran conocer la Nación Argentina antes de emigrar a ella. Todas estas mejoras y donaciones, cuyo valor es incalculable, fueron realizadas en su último viaje a tierras españolas, cuando ya contaba con 82 años de edad. Manuel Durán fallece a los 89 años, el 11 de septiembre de 1937, dejando pendiente de su distribución 200.000 ejemplares de libros de textos, para ser donados a instituciones de ambos países. Vemos que, al igual que Malagrida y muchos otros inmigrantes que hicieron fortuna en nuestro país, Durán siempre fue un agradecido hacia el suelo al que llegó pobre y en el que se transformó en millonario.





Entre las marcas emblemáticas producidas por Manuel Durán encontramos la de los cigarrillos ÁLBUM DE LA PROVEEDORA. Las dos primeras marquillas que mostramos corresponden a una serie de "Cuadros de pintores célebres" y en ellas se reproducían reconocidas obras de arte de pintores famosos. Las etiquetas eran muy elaboradas y coloridas, con complejos adornos de ramas, hojas y flores. Incluso en la base pueden verse una mujer y un niño desnudos. Los dos ejemplares que se presentan son previos a la Ley de Impuestos Internos pues no llevan precio impreso, aunque la marca se siguió produciendo luego de 1896. En la imagen superior se retrata a Lady Jane Grey (la reina de los nueve días) pidiendo clemencia ante María Tudor (la reina de Inglaterra, conocida como Bloody Mary), seguramente para no ser ejecutada. La pintura pertenece a Ch. Becker. La segunda obra corresponde a la reproducción de un cuadro del célebre pintor polaco Władysław Bakałowicz (1833–1903) en la que se retrata al rey Francisco II en la corte de Francia. Francisco II se convirtió en soberano de Francia a la edad de 16 años y se había casado a los 14 con Mary Stuart (más conocida como María I de Estuardo, reina de Escocia) que tenía 15. Francisco II falleció unos pocos meses después de asumir el trono a causa de una enfermedad. Mary Stuart murió ejecutada a los 45 años por orden de su prima Isabel I, reina de Inglaterra, con quien siempre tuvo una muy mala relación. Debido a su tempestuosa vida y trágica muerte se transformó en una de las reinas más conocidas de Escocia. Su vida ha sido objeto de varias biografías, poemas, dramas, óperas, seis películas y hasta una canción de una banda alemana de heavy metal.[187]



Los otros dos ejemplares del ÁLBUM DE LA PROVEEDORA que presentamos son de similares diseños, aunque corresponden a distintas épocas ya que solo uno de ellos tiene el precio de venta impreso en la marquilla. Una de las etiquetas reproduce una obra del pintor milanés Giuseppe Bertini (1825–1898) en la que una ola deja sin ropas a un grupo de mujeres que disfrutaba de la playa. La marquilla lleva el código A-028 sugiriendo que existió un número importante de ilustraciones asociadas a esta marca. La otra etiqueta está identificada en un lateral como "Excepcionales Nº 20" y estaba manufacturada con tabaco "extra flor".



Notar que esta marquilla aún conserva un fragmento de la estampilla fiscal en donde puede leerse el valor de tres centavos, correspondiente al impuesto que pagaba el atado que se vendía por 20 centavos. La ilustración de la etiqueta corresponde a una obra del pintor y escenógrafo italiano Raffaele Armenise (1852-1925) denominada "juego de naipes". Al igual que en el caso anterior, el código A-027 que aparece sobre la cabeza de la dama que presencia el juego identifica a este ejemplar dentro de una serie dada.

Los cigarrillos MILITARES ARGENTINOS fueron una especie de homenaje a los miembros destacados de nuestro ejército. Venían en formato de carterita, eran fabricados con tabaco elegido, tenían un costo de 20 centavos y estaban destinados principalmente a la clase media. De los dos ejemplares que mostramos, el más antiguo es el que tiene el impuesto discriminado en el precio, y es de fines de la década de 1890. El segundo es unos años posterior. Si bien ambas etiquetas presentan los rostros de tres militares y una escena castrense, en un caso los retratos son fotografías y en el otro son dibujos. También hay una diferencia en la dirección de la fábrica que pasa de Piedad y Artes a Artes 61, aunque se trata del mismo sitio. Nada ha quedado de la antigua fábrica de Manuel Durán que actualmente está ocupada por edificios con oficinas de distintas empresas comerciales.

Algunos de los militares que aparecen en las etiquetas tuvieron una actuación más que destacada en la historia argentina.[188] Por ejemplo el general Luis María Campos (1838-1907), quien fue probablemente el último militar notable de las generaciones que lucharon en las guerras civiles argentinas, fue, junto con Roca y Ricchieri, responsable de la construcción de un Ejército profesional desde comienzos del siglo XX, sepultando el ejército politizado del siglo XIX.



Campos ocupó varias veces el cargo de Ministro de Guerra y participó en la Revolución del 90 en defensa del gobierno, mientras que sus hermanos Julio y Manuel J. Campos (también generales) se alinearon con los revolucionarios de la Unión Cívica. Julio murió en combate, aparentemente asesinado por un tiro que partió de sus propias filas y Manuel es acusado de haber hecho un pacto secreto con Julio A. Roca para hacer fracasar el levantamiento, y lograr al mismo tiempo la renuncia de Juárez Celman.

Francisco Leyría (1845-1911) fue un militar nacido en la provincia de Córdoba, que luchó en la Guerra de la Triple Alianza, varias de las guerras civiles argentinas y en la Conquista del desierto. Fue un soldado que se formó en las filas, habiendo conquistado sus galones en muy meritorias acciones, siendo uno de los pocos militares que llegó de soldado raso a general.

Alberto Capdevila (1856-1905) fue otro general que participó en las guerras contra los indígenas del sur y del Chaco argentinos. También combatió en las últimas guerras civiles que se produjeron en nuestro país y fue comandante de la Policía Federal Argentina. Una localidad de la provincia del Chaco y calles en varias ciudades argentinas lo recuerdan.



LA VERDAD fue una de las marcas de más calidad que elaboró la cigarrería de Manuel Durán. La etiqueta de la derecha, con forma de carterita alargada, no tiene precio impreso y en ella aparece la dirección de Piedad y Artes, de donde se deduce que es de comienzos-mediados de la década de 1890. La marquilla con formato apaisado (identificada como el modelo Nº 2) es de fines de la misma década. Los cigarrillos LA VERDAD estaban hechos con puro tabaco habano y costaban 30 centavos el paquete. Para reafirmar que el producto estaba elaborado con verdadero tabaco de La Habana, en la cara principal de la marquilla se reproduce un mapa de la isla de Cuba bañada por los rayos del sol. En la cara posterior se puede ver en un caso a dos jóvenes vegueros (agricultores del tabaco) trabajando en una plantación de tabaco, y en el otro a una dama alimentando a sus vacas y ovejas mientras la diosa romana de la agricultura Ceres (identificable por la espiga en su mano) parece estar arrojando atados de cigarrillos. La infaltable presencia femenina se completa en estos casos con una agricultora cubana, que se distingue en la base de la marquilla junto con el logo de la fábrica.

La etiqueta de los cigarrillos EL PAYADOR también es anterior al año 1896. Si bien no tiene el precio impreso, se deduce que es del segmento de los productos más baratos pues no se indica qué tipo de tabaco contienen los cigarrillos. En esa época era habitual que las marcas más económicas, fumadas en general por paisanos, campesinos y gente de pocos recursos, tuvieran nombres fácilmente asociables a hechos, personajes y situaciones de la vida cotidiana. En este caso la etiqueta viene acompañada de una "colección de dramas criollos", el número uno referido al *Martín Fierro* de José Hernández. Esta obra, que fue escrita en dos partes, *El gaucho Martín Fierro* (1872) y su continua-



ción, *La vuelta de Martín Fierro* (1879), es generalmente considerada la obra cumbre de la literatura argentina. Hernández no solo fue escritor; participó en varias de las batallas civiles entre unitarios y federales bajo las órdenes de Urquiza; desempeñó los cargos de diputado y senador por la provincia de Buenos Aires y ejerció el periodismo publicando artículos en diarios de Buenos Aires, Paraná, Corrientes, Rosario y Montevideo. Falleció en 1886 a los 51 años de edad.

Lamentablemente no tenemos muchos registros de otras marcas elaboradas La Proveedora en la época de Manuel Durán aunque, como ya hemos indicado, en la década de 1890 llegó a fabricar 30 clases distintas de cigarrillos. Además de la marca HIGH LIFE, que presentaremos más adelante, en la Oficina de Patentes y Marcas aparecen como registradas por Durán las denominaciones comerciales EL CABO INSTRUCTOR (25 de febrero de 1897), MOROCHOS (01 de junio de 1897, acta Nº 6317) y CRUCERO RÍO DE LA PLATA (20 de marzo de 1900, acta Nº 8170). Todas las marcas registradas por La Proveedora luego de noviembre de 1900 están a nombre de León Durán.

Como ya mencionamos, hasta que La Proveedora introdujo sus primeros cigarrillos, los productos nacionales eran de una calidad muy limitada frente a los producidos en otros países. Manuel Durán quedará en el recuerdo por haber sido quien fabricó en el país los primeros cigarrillos con tabaco habano y papel de calidad que les hizo ganar la preferencia de los fumadores frente a los importados desde Cuba. El impacto de sus productos en el mercado local fue tan grande que al poco tiempo casi la totalidad de los fumadores escogían los cigarrillos domésticos en lugar de los importados. Durán quiso elevar su apuesta comenzando con la fabricación en el país de cigarros de hoja con materia prima cubana, en lugar de traer el producto ya elaborado. El éxito en este aspecto fue bastante limitado ya que los derechos de importación por el tabaco en hoja de La Habana era excesivamente altos comparados con el aforo que se les imponía a los productos elaborados introducidos desde el extranjero.

Antes de continuar con la descripción de las marcas elaboradas por La Proveedora haremos referencia a un hecho ocurrido en una época de gran convulsión interna en nuestro país. Durante el mes de julio de 1890, y en las vísperas del estallido de la Revolución del Parque (o Revolución del 90, como se llamó a la insurrección cívico-militar que terminó con el gobierno de Miguel Ángel Juárez Celman), se produjo una huelga[189] de los empleados de la cigarrería La Proveedora, que en ese momento era una de las principales fábricas de Buenos Aires con varias centenas de obreros. Conviene recordar que en 1890 la Argentina sufría una profunda crisis económica y financiera conocida como "Pánico de 1890". Debido a la depresión, muchos industriales comenzaron a despedir obreros, reducir las horas de trabajo y rebajar los sueldos, lo que provocó innumerables conflictos laborales. Previo a la huelga, la empresa de Manuel Durán había realizado algunas concesiones a los obreros, pero en el invierno de 1890 decidió que había llegado el momento de enfrentar a los trabajadores y despidió algunos operarios, acusándolos de robar tabaco y papel de su empresa. Inmediatamente los obreros se declararon en huelga y se concentraron en la puerta de la fábrica, ante lo cual Durán avisó a la policía que rápidamente detuvo y dejó incomunicados a los dirigentes huelguistas. Simultáneamente, y como medio de presión, la empresa publicó un anuncio en el que se ofrecía trabajo para "mil obreros, hombres, mujeres y niños mayores, en los talleres de elaboración de cigarrillos a mano". Debido a la presión de la patronal, y ante la posibilidad de perder el empleo, la gran mayoría de los trabajadores regresó a sus tareas, lo que provocó que la huelga perdiera fuerza muy rápidamente. Incluso a los pocos días apareció una solicitada en el diario *La Prensa* firmada por 444 operarios, que se disculpaban por haber realizado la medida de fuerza y felicitaban a la policía por el accionar desarrollado para liberar el ingreso a la fábrica a los operarios que pretendían trabajar. Evidentemente eran otras épocas y luego de esta huelga hubo una importante disminución de medidas de fuerza en la ciudad de Buenos Aires.

Por el año 1900 Manuel Durán era dueño de una inmensa fortuna, pero cansado del negocio del tabaco pasó todas las marcas y la razón social a su hermano León, quien continuó con los éxitos alcanzados por Don Manuel. Hacia 1903 se inaugura en el barrio de Parque Patricios una nueva fábrica de tres plantas en la calle Entre Ríos 1676-1692 con los mejores adelantos mecánicos del momento. En la planta baja estaban las máquinas de picar y secar tabaco, el taller mecánico y los depósitos. En la principal trabajaban las máquinas cigarrilleras y el taller de empaquetado, y en la planta alta se hallaban las máquinas para emboquillar, armar y abrir los cigarrillos, y la imprenta. En 1910 La Proveedora producía dos millones y medio de paquetes de cigarrillos por mes. León Durán fue miembro del Jurado de patentes nacionales y Jurado de los impuestos internos, perteneciendo a todas las asociaciones de importancia tales como el Club Español, el Hospital y la Cámara de Comercio. También perteneció a la comisión que se formó con el objeto de recaudar fondos para las guerras coloniales españolas, consiguiendo en tres días reunir trescientos mil pesos. Durante la guerra del Rif envió cien mil cajitas de cigarrillos para los soldados y por sus contribuciones a su suelo natal (entre otras grandes cosas la restauración y reforma de la parroquia en el año 1898) fue declarado hijo predilecto de La Puebla del Maestre, situada en la provincia de Badajoz. No solo en la industria del tabaco aparece el apellido Durán; tanto León como Manuel se dedicaron a la agricultura y la ganadería. El primero fue dueño de terrenos en la Pampa Central y en Neuquén, mientras que Manuel tuvo inmensas extensiones de tierra y varias estancias pobladas con miles de cabezas de ganado de todas las clases.

A diferencia de los que sucede hoy en día, en los últimos años del siglo XIX era inusual que los productos comerciales de origen nacional tuvieran nombres en inglés. La marca HIGH LIFE, producida por Manuel Durán es una de las relativamente pocas marquillas de fines del siglo XIX y principios del XX con nombre en otro idioma. Esto cambiaría totalmente hacia fines del primer cuarto del siglo XX, y a partir de entonces se instaló en los consumidores la idea generalizada que los productos con denominación extranjera son superiores a los que tienen nombre en español. La marquilla HIGH LIFE Nº1 es del año 1882, elaborada por Manuel Durán en el establecimiento de la calle Rivadavia 260-262. El diseño es extremadamente elaborado y expone a una dama con un colorido atuendo y una capa roja ofreciendo, aparentemente en un puerto por el barco a vapor que se observa en el fondo, los productos fabricados por M. D. (Manuel Durán). La leyenda “estos cigarrillos son elaborados con habano puro legítimo de Vuelta Abajo” indica que se trataba de un producto de la mejor calidad. El logo de La Proveedora con el perfil de Durán ocupa casi todo el costado derecho de la etiqueta. Dentro de la marquilla aún se conserva el papel de color rojo en el que se envolvían los cigarrillos. La etiqueta era impresa por la Litográfica Stiller y Laass, situada en la calle San Martín 160 de Buenos Aires. Esta imprenta fue fundada en enero de 1882 por Curt Stiller y Federico Laas con anexo de litografía y papelería. Tuvo un muy rápido crecimiento ocasionado por la llegada de inmigrantes al país y la demanda de nuevos servicios. En 1887 había tomado tal dimensión que se la refundó como la Compañía Sudamericana de Billetes de Banco, incorporando las más modernas técnicas y maquinarias de impresión. Poco después se mudó a un edificio especialmente construido en la calle Chile 263, que forma parte del patrimonio arquitectónico de la Ciudad de Buenos Aires.[190] Imprimía además billetes de lotería, sellos postales, fiscales, le-

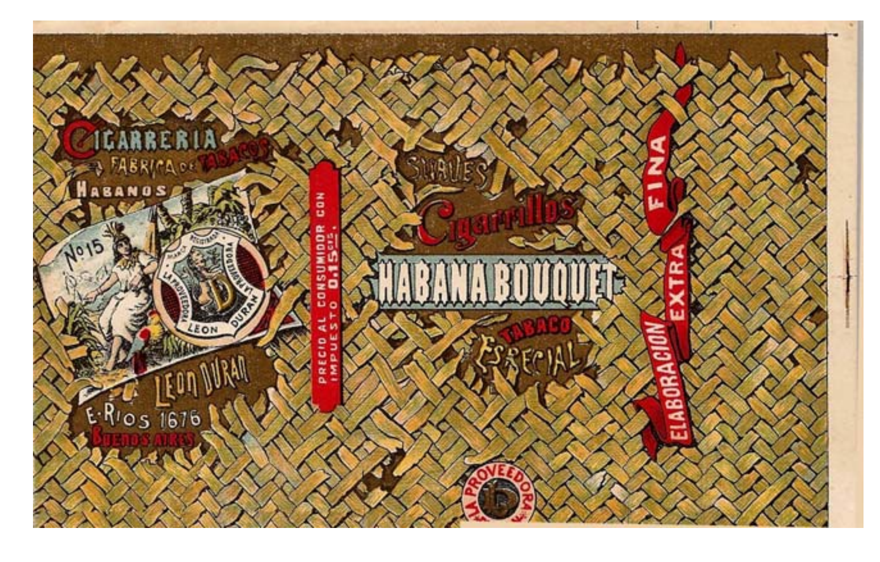
tras de cambio y papelería para el Estado. Fue la única empresa privada nacional que tuvo la responsabilidad de imprimir billetes de banco, no sólo para nuestro país, sino también para países limítrofes como Chile, Uruguay, Paraguay y Brasil.[191] La imprenta cerró sus puertas en 1918.

Los cigarrillos HIGH LIFE se siguieron produciendo en la época de León Durán, aunque con un diseño totalmente renovado. La nueva marquilla, impresa con cuidados detalles de múltiples colores, costaba 20 centavos el atado y contenía cigarrillos con tabaco selecto "Habana Bouquet Nº 20". El motivo central muestra a una dama, supuestamente en el Caribe cubano, similar a la que aparece en la base de la marquilla LA VERDAD. La otra cara contiene distintos retratos femeninos de la serie "Galería de La Proveedora". Lamentablemente no pudimos identificar a los autores de ninguna de las dos pinturas. Una de las marquillas, artificialmente coloreada, tiene la dirección de la fábrica en la calle Entre Ríos 1692, mientras que en la otra figura Cuyo 726 (pasó a Sarmiento en el año 1911), en donde estaban las oficinas comerciales de La Proveedora. El nuevo logo de la fábrica es un escudo con un león sosteniendo lo que parecen ser hojas de tabaco y una letra "D", simbolizando el nombre del nuevo patrón de La Proveedora.





La tercera marquilla que aparece en esta página corresponde a los cigarrillos HABANA BOUQUET, suaves, de elaboración extra fina y confeccionados con tabaco especial. El primer registro que hallamos de esta marca en la Oficina de Patentes y Marcas es del 05 de marzo de 1901 (acta Nº 9444) y en la solicitud ya aparece el nombre de León Durán. La marquilla original del registro tiene la dirección de la calle Artes 61, a diferencia del ejemplar que presentamos que es algo posterior y lleva la dirección de la calle Entre Ríos 1676. El diseño tiene el Nº 15, probablemente por su precio de 15 centavos y no aparece la palabra High Life en la base de la etiqueta como en los otros cigarrillos con tabaco Habana Bouquet.



Como ya mencionamos la marquilla CRUCERO RÍO DE LA PLATA fue registrada por primera vez por Manuel Durán en 1900. El registro fue renovado por su hermano León en 1910. El nombre hace referencia a un pequeño crucero protegido de la Armada Española, botado en 1898, cuyo costo fue financiado mediante la colaboración popular de los españoles establecidos en Argentina y Uruguay, y en el que Manuel Durán realizó una generosa colaboración. Debido a las necesidades de España, que requería unidades navales modernas para la defensa de los territorios insulares de Cuba y Filipinas, y la carencia de recursos, la Asociación Patriótica y Cultural Española[192] encargó en 1896 la construcción de un crucero a la firma francesa Forges et Chantiers de la Mediterranée, cuyo costo fue de cuatro millones de francos.

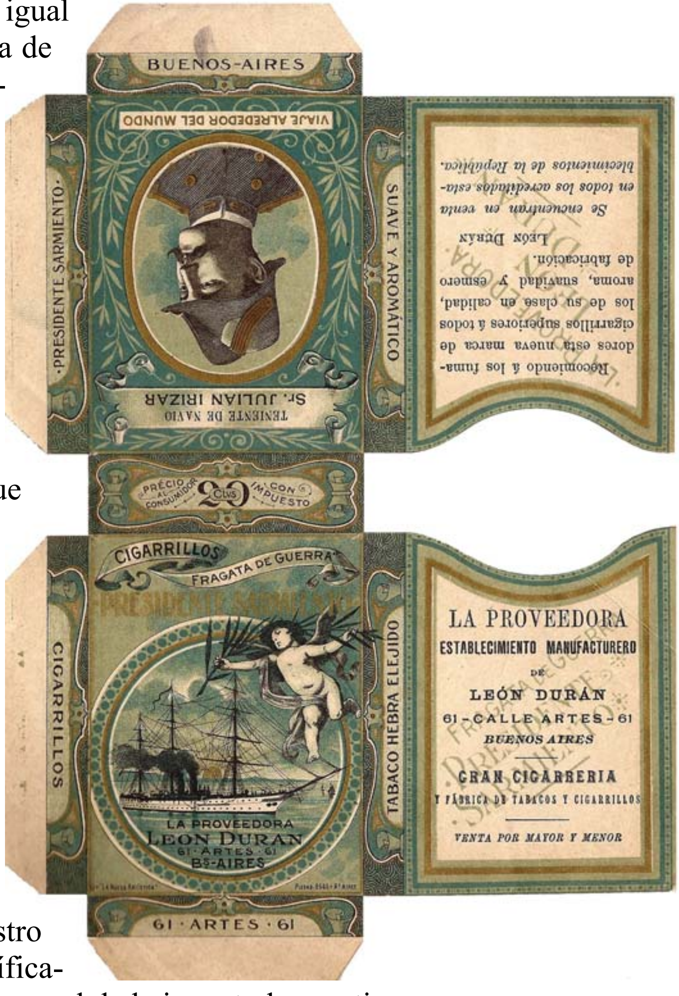


Su viaje de bautismo lo realizó en 1900 al puerto de Buenos Aires. El Río de la Plata sirvió a la armada española hasta que fue desguazado en 1932.

La marquilla que se muestra es una fotolitografía en tonos de grises realizada como prueba de impresión por La Nueva Artística, la imprenta de Alejandro Bianchi. En la etiqueta, que como todas las de La Proveedora contiene adornos muy elaborados, se indica que los cigarrillos están hechos con tabaco hebra elegido y que son suaves y aromáticos. Además de la ventana principal, tiene tres ventanas para la impresión de grabados seriados. En la ilustración registrada en la Oficina de Patentes y Marcas puede verse la imagen del crucero en la cara frontal y la del Mariscal Mac Mahon en el reverso, refiriéndose a Patrice de MacMahon, militar y político francés, presidente de Francia en la Tercera República francesa, de 1873 a 1879, y procedente de una familia de ascendencia irlandesa que emigró a Francia a finales del siglo XVII.

Por último presentamos un póster muy ornamentado a todo color de la misma marca de cigarrillos, en donde se puede ver el nombre de León Durán y el precio de venta de diez centavos, es decir los CRUCERO RÍO DE LA PLATA eran de la categoría más económica, destinada al consumo popular.





FRAGATA PRESIDENTE SARMIENTO, al igual que CRUCERO RÍO DE LA PLATA, fue otra de las marcas fabricadas por León Durán relacionada con naves de guerra, en este caso de la armada argentina.

Estos cigarrillos salieron a la venta en los primeros años de la década de 1900, estaban elaborados con tabaco hebra elegido y su precio de venta era de 20 centavos la carterita de 14 cigarrillos. En la etiqueta figura la dirección de la calle Artes 61 y la impresión era realizada por la litografía La Nueva Artística, de Alejandro Bianchi, situada en Piedad 2600 de Buenos Aires, por lo que se deduce que la marquilla es previa a 1901.

En la cara principal de la etiqueta aparece una ilustración de la fragata con sus motores a vapor de 1775 HP a pleno, bendecida por un ángel desde la altura. Puede verse la similitud del dibujo con una foto real[193] de la fragata de alrededor de 1920.

El nombre de la marquilla hace honor a la fragata de tres palos ARA Presidente Sarmiento que se convirtió en 1897 en el primer buque escuela moderno que tuvo nuestro país destinado específicamente a la formación naval de la juventud argentina.

La fragata fue construida en Inglaterra por la empresa Laird Brothers a un costo de 1.3 millones de pesos fuertes. Realizó 39 viajes alrededor del mundo recorriendo más de un millón de millas marinas, que equivalen a 50 vueltas alrededor del mundo, siempre en misión de paz. Fue declarada Monumento Histórico Nacional en 1962 y convertida en museo en 1964. Actualmente se encuentra amarrada en el Dique III de Puerto Madero, en la Ciudad de Buenos Aires.

En la cara posterior de la marquilla está el retrato del teniente de navío Julián Irizar, quien más tarde obtuvo el cargo de Almirante. Irizar fue un destacado militar de la Armada Argentina, que cumplió un papel muy importante en la modernización de su flota. Es recordado por la misión de rescate realizada por la corbeta Uruguay de la expedición del científico sueco Otto Nordenskjöld, cuyo buque había naufragado en la Antártida en 1903.



En el viaje de regreso a tierra argentina la corbeta fue azotada por un fuerte temporal que provocó la caída del palo mayor y el trinquete y destrozó las instalaciones de cubierta. El rompehielos ARA Almirante Irízar de la Armada argentina fue bautizado así en su honor. También lleva su nombre una de las islas del archipiélago Islas Argentina junto a la tierra de Graham, en reconocimiento a su labor en el rescate de la expedición antártica sueca.[194]

Los cigarrillos MONTEVIDEO de 20 centavos en formato de carterita, fueron registrados por primera vez el 06 de noviembre de 1900 con la firma de León Durán. El 31 de mayo de 1901 aparece el acta del registro Nº 9732 y a mediados de ese mismo año son puestos en circulación por La Proveedora. Cumplidos los 10 años del registro original, la marca fue renovada sucesivamente al menos hasta el año 1941, primero por La Proveedora y luego por la SA Manufactura de Tabacos Piccardo y Cía. Ltda.[195] Los cigarrillos eran elaborados con tabaco habano aromático de la "nueva cosecha flor extra fina", indicando que se trata de hojas de tabaco seleccionadas. Para resaltar la calidad del producto, en las caras internas pueden leerse los siguientes textos: *La inmejorable calidad de su tabaco y la mínima cantidad de papel que se emplea, unida al esmero en su elaboración, los hacen superiores a todos los cigarrillos de su precio y a muchos de 30 centavos. Los cigarrillos MONTEVIDEO de 20 centavos con habano XXX no temen la comparación con los que se venden a 30 centavos.*

En una de las publicidades aparecidas en *Caras y Caretas*[196] puede leerse algo similar: *Participo a los señores fumadores que acabo de poner en circulación los cigarrillos MONTEVIDEO XXX armados, en forma de carterita, elaborados con un tabaco habano especial, suave y fresco, recientemente recibido, Los señores fumadores encontrarán en este cigarrillo un tabaco agradable y aromático, y una elaboración esmeradísima, que los hace preferibles, aún a muchos de 30 centavos*.



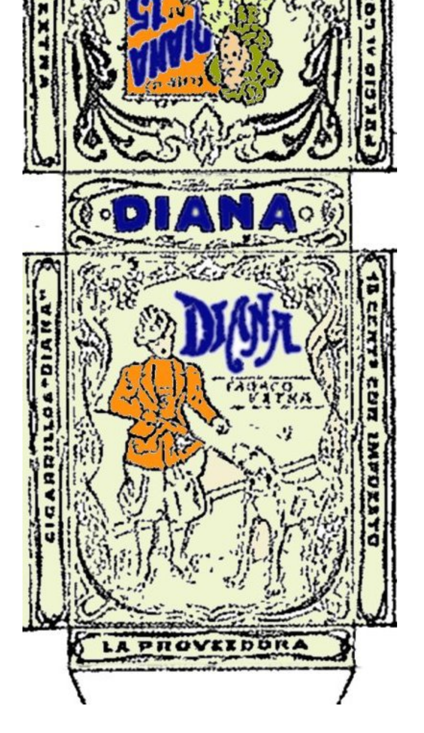
El escudo en la etiqueta es una versión antigua del Escudo de Armas de la República Oriental del Uruguay creado en 1829, pero que recién a partir de 1908 adquiere el aspecto que se muestra en la ilustración.[197] Es un óvalo dividido en cuatro partes, con un sol que se asoma en el extremo superior. En cada una de las partes hay un símbolo: una balanza, un caballo suelto, el Cerro de Montevideo y un buey, que simbolizan la igualdad y la justicia, la libertad, la fuerza, y la abundancia, respectivamente.

Una rama de olivo y otra de laurel bordean el óvalo del escudo, con un lazo azul celeste que las une en su base. Estos últimos símbolos no aparecen en la ilustración de la marquilla.

Como muchas tabaquerías de la época, La Proveedora utilizó los sorteos de la Lotería Nacional

para otorgar premios a sus consumidores. Una publicidad[198] de enero de 1902 indica que se incluyeron 2900 cajas con premios en su interior para el sorteo de la Navidad de 1901 y se mencionan los números favorecidos por el sorteo. Para la Lotería de 1903 se repitió la misma promoción, ahora con $50.000 en premios.[199]

Los cigarrillos MONTEVIDEO fueron aceptados por los fumadores y suponemos que a los creativos de La Proveedora les pareció una buena idea registrar otra marca con el nombre de una ciudad latinoamericana. Así fue que en junio de 1906 se anota en el Oficina de Patentes y Marcas el nombre RÍO JANEIRO (acta Nº 18004). Notar que se omitió la preposición "de" en el nombre de la ciudad con los carnavales más famosos del mundo. Hemos hallado algunos textos de finales del siglo XIX en los que se cita a la ciudad brasileña de esta forma, así que suponemos que no se ha tratado de un error. Los cigarrillos venían en la típica carterita de 14 unidades, se vendían a 10 centavos el paquete y estaban fabricados con el más selecto tabaco negro brasileño tipo Río Novo, característico por ser de sabor muy fuerte. Si bien no tenemos evidencias de que estos cigarrillos hayan salido efectivamente a la venta, la renovación de los derechos sobre la marca en 1916 por la Compañía Argentina de Tabacos y nuevamente en 1931 por Piccardo, sugieren que pudo haberse comercializado. Curiosamente, en el año 1933 la Compañía Nobleza de tabacos registró la marca RÍO DE JANEIRO, ahora con el nombre completo de la ciudad, aunque, hasta donde sabemos, nunca llegó a venderse.



Como puede verse en la imagen tomada del registro de marcas, la etiqueta de los cigarrillos DIANA evoca a la diosa romana de la caza, protectora de la naturaleza y de la luna. Fue registrada por León Durán el 16 de noviembre de 1901 con el acta Nº 10219. También correspondía al segmento popular ya que la carterita se vendía por 10 centavos, como puede apreciarse del aviso del año 1903.[200] La marca fue anotada por la Compañía Nacional de tabacos en 1927 para la producción de picadura de tabaco.



El término “habano” se aplica a todos los cigarros o puros cuyo tabaco es totalmente cultivado y manufacturado en Cuba. El proceso usualmente incluye múltiples y severos controles, desde el cultivo de la planta, el secado de las hojas, hasta la elaboración final del producto. Notablemente, los intentos realizados en otros países para alcanzar la calidad de un auténtico tabaco habano a partir de una semilla de origen cubano han sido infructuosos en distintas regiones de nuestro planeta.

Los cigarrillos PAN HABANO de 30 centavos, se presentaban como más agradables y exquisitos que los importados de la mismísima Habana. La marca data de principios de 1900 y la etiqueta era impresa por La Nueva Artística de A. Bianchi. Se registraron en abril de 1903 bajo el acta Nº 11693.



Escudos antiguo y actual de La Habana

El escudo con las tres torres y la llave, que aparece en la marquilla, es una adaptación del antiguo escudo real de la ciudad de La Habana. La versión moderna del escudo tiene las tres torres en línea y la llave está dispuesta horizontalmente debajo de ellas. La antigua corona monárquica fue reemplazada por una torre en forma de corona.

Para exaltar la calidad de los materiales empleados en la fabricación de los cigarrillos PAN HABANO, La Proveedora apeló en su publicidad al uso de profesionales respetados por su título. Por ejemplo, la opinión del Dr. Pedro N. Arata (quien fue un prestigioso químico, farmacéutico, médico y profesor universitario argentino) sobre el papel utilizado para los cigarrillos, se publicó en un extenso aviso[201] en el que el profesional indicaba, entre otras cosas, que: “*el papel al quemarse deja una ceniza blanca y sin carbón, debido a que está impregnado con polvos de salvia. El papel aromático no desagrada y tiene un olor y gusto que no sólo se tolera, sino que se apetece, experimentando cierta sensación de frescura en la garganta*”. Una reproducción de la carta de Arata acompañaba a cada uno de los atados de los cigarrillos PAN HABANO y MONTEVIDEO.

En otro aviso[202] se asegura que los PAN HABANO son los cigarrillos que menos dañan la salud y son los únicos recomendados por las eminencias médicas del país. León Durán dice haber recibido grandes elogios de cuantos fumadores los probaron y nombra a unos cincuenta médicos de la capital que los recomiendan.

También se utilizó el recurso de identificar a la marca con los personajes de la más alta alcurnia mundial. Por ejemplo durante su visita a la Argentina a principios de 1904, el alpinista, explorador, marino y geógrafo italiano Luigi Amedeo di Savoia duque de los Abruzos (que aparece en la foto), dejó una carta personal de agradecimiento a León Durán en la que destaca la calidad de sus cigarrillos.[203]

El exhaustivo análisis de las distintas estrategias y del discurso publicitario utilizado en la Argentina de fines del siglo XIX y principios del XX ha sido objeto de un muy interesante estudio publicado en el año 2015.[204]

Los cigarrillos VUELTA ABAJO, elaborados por La Proveedora de León Durán desde principios del siglo XX, fueron sin lugar a dudas los más emblemáticos y de mayor venta de la fábrica. Siguieron produciéndose hasta 1930, cuando la S. A. Manufactura de Tabacos Piccardo decidió discontinuar la marca.



El nombre fue tomado del distrito de Vuelta Abajo, en la provincia de Pinar del Río, ubicada en el oeste de la isla de Cuba, considerada por muchos como la región con el tabaco de mejor calidad del mundo. El clima y el subsuelo de estas áreas son perfectos para el cultivo del tabaco; el terreno es profundo, rico en minerales y arenoso, con una temperatura y humedad ideales. Esto le da a la planta una gran fortaleza, especialmente a la "corona", (la parte más alta de la planta de tabaco), cuyas hojas tienen una elevadísima concentración de nitratos que permite que los cigarros que se elaboran con ellas sean poderosos, gustosos y, sobre todo, fuertes, bien armados, características que distinguen a los puros de calidad superior.[205]



Los cigarrillos VUELTA ABAJO se vendían en dos versiones: la EXTRA, más exclusiva con un precio de 30 centavos el paquete de 14 cigarrillos, y la carterita de tabaco especial, que era mucho más popular y valía 20 centavos.

En ambos diseños aparece una imagen central de los vegueros cubanos acarreando las hojas de tabaco ya cosechadas para su posterior elaboración. En la otra cara de la etiqueta hay una ilustración con el mismo escudo de armas de la ciudad de La Habana que está presente en los PAN HABANO, además de los respectivos precios. El diseño de la marquilla de 20 centavos de VUELTA ABAJO, con las dos hojas de tabaco, es casi igual a la de los PAN HABANO.



Los VUELTA ABAJO de 20 centavos se registraron el 05 de agosto de 1904 (acta Nº 14008), y comenzaron a venderse a fines de ese mismo año. En la marquilla que presentamos se distingue el nombre de León Durán como fabricante de los cigarrillos; sin embargo la etiqueta tiene como dirección de la fábrica la calle Humberto 1º 2051 por lo que es posterior a 1911, época en que la C. A. T. ya había adquirido la mayor parte de las tabacaleras argentinas.

El afiche con la hermosa mulata que invita a fumar los VUELTA ABAJO EXTRA es de fines de 1908, época en la que apareció la presentación más cara de la marca.

Las publicidades con niños

Las primeras propagandas de la marca VUELTA ABAJO en *Caras y Caretas* aparecieron a fines de 1904 y en los seis años siguientes contabilizamos más de 200 publicidades en casi todos los números de la revista.







Á las niñas doy juguetes, Caballos á los chiquillos. Y para los mozalbetes Estos ricos cigarrillos.

La selección de avisos tomada de la revista[206] corresponde al período 1907-1909. Si bien en la actualidad sorprende ver publicidades de cigarrillos en las que haya niños fumando, a principios del siglo XX no era extraño que las empresas tabacaleras los usaran para promocionar sus productos; de hecho era relativamente usual que niños pequeños fumaran.

En una de las imágenes aparece caricaturizado el mismísimo presidente José Figueroa Alcorta junto con un niño que lo imita hasta en el fumar. A su derecha está uno de los reyes magos repartiendo juguetes para los chiquillos y cigarrillos para los mozalbetes. Más sorprendente aún es la publicidad en la que hay cinco niños, tres de los cuales fuman VUELTA ABAJO, y gracias a eso no van a ser regañados por su madre. El mismo argumento se usa en el aviso del niño con el clarinete, pero aquí en forma de rima: "*Mamita no se enojó, ni me dició renacuajo, poque toy un home yo, y tamén po te me vió, que fumaba VUELTA ABAJO*". En la propaganda de los dos niños frente a frente, el mayor, que está fumando, le dice al más pequeño que ya es un hombre y que por eso puede fumar.

La finalidad de todas estas publicidades fue introducir en el imaginario popular la creencia que fumar desde muy joven convertía a los niños más rápidamente en hombres. Desgraciadamente, ese paradigma sigue vigente en nuestra sociedad actual y según una encuesta del Ministerio de Salud de la Nación del año 2013, un 22 por ciento de los adolescentes en la franja de 13 a 15 años son fumadores.[207]

Entre los artistas que firmaban sus trabajos encontramos al español Felipe Barrantes Abascal, quien fue el autor que más publicidades realizó. Salomón Vargas Machuca, que identificaba sus obras como S.V.M., fue también jefe de fotógrafos de *Caras y Caretas* y realizaba sus trabajos basándose en fotografías, sobre las cuales producía las ilustraciones, que en gran cantidad publicitaron la marca de León Durán. También el italiano nacido en Torino Mario Radaelli produjo varios avisos para los cigarrillos VUELTA ABAJO. Radaelli se radicó en Sudamérica en 1902, primero en Buenos Aires y luego en Montevideo. Fue un pintor, caricaturista y escritor, con una intensa y controvertida actividad que le dejó una estela de amigos, enemigos, copistas e imitadores.

Además del catalán Antoni Utrillo, hay trabajos firmados por artistas como Heins, J.O.B, Filippo, Solans, Pelayo y otros autores cuya obra, lamentablemente, no trascendió hasta nuestros días.

Los premios y los concursos



Al igual que las demás fábricas de la época, La Proveedora también organizó diversos concursos entre los consumidores de sus productos. Una de las campañas con más repercusión fue la de "El misterio de cómo comprar sin dinero". Comenzó con enigmáticos avisos a fines de 1904[208] en los que se ofrecía un libro llamado "El Misterio" con los secretos para comprar cualquier artículo sin dinero, desde un billete de la Lotería Nacional hasta una casa de $5000 m/n. El libro se ofrecía gratis a quienes lo solicitaran por carta al domicilio de A. L. Legrand, calle Reconquista 34, Buenos Aires. Semana a semana avisos a página completa continuaron incrementando el enigma, hasta que luego de dos meses el "Misterio" finalmente fue revelado a los lectores.[209]



Se trataba de un canje de marquillas vacías de los cigarrillos VUELTA ABAJO por una cantidad inmensa de premios que aparecían en el catálogo El Misterio. A diferencia de varias casas de filatelia y afines que compraban las figuritas, cupones, cartoncitos y papelitos que venían en los atados de cigarrillos, para luego revenderlos a los participantes de los concursos organizados por las tabacaleras, en este caso es muy probable que existiera algún acuerdo entre Legrand y La Proveedora por el canje de marquillas por premios, ya que en las publicidades de VUELTA ABAJO se recomendaba conservar los paquetes vacíos para canjearlos por los artículos del catálogo.

Entre la cantidad enorme de premios[210] que podían obtenerse por las etiquetas de los VUELTA ABAJO podemos mencionar (el número necesario de marquillas entre paréntesis): botones de plata para cuello (20), silbato de bronce niquelado (40), caballo de juguete (45), corazón con cadena de plata (50), prendedor paloma de plata (50), portarretrato de plata (50), boquilla ámbar y plata (75), prendedor de plata (75), reloj despertador (100), lechera metal blanco niquelado (100), aparato fotográfico (140), reloj bolsillo (150), centro de mesa de metal (150), vaporizador de metal niquelado (200), anillo para niña (200), sombrilla de seda (325), alfileres de corbata de plata (350), bastón con puño de plata (350), reloj fino señora (350), lámpara fina (425), mandolín fino con adorno (500), lapicera de plata con estuche (600), anillo de oro (600), revólver (750), reloj cucú (680), rifle (1250), máquina de coser (2250), y muchísimos artículos más imposibles de describir en este limitado espacio.





Para la celebración del centenario del 25 de Mayo la fábrica de León Durán puso en marcha un original certamen en febrero de 1910 que repartía un total de $11.000. A diferencia de otros concursos que eran de carácter nacional o regional, este tenía la particularidad que se hacía en distintas ciudades con montos de premios que variaban según el lugar geográfico. Participaban los residentes de Buenos Aires con $4000 en premios para repartir, Rosario con $2000, La Plata con $1500, Bahía Blanca con $1400 y Córdoba y Azul con $1050. Cada ciudad, a excepción de Bahía Blanca que otorgaba premios variados, tenía tres premios en pesos para las marquillas VUELTA ABAJO Especiales de $0.20 y tres en libras esterlinas[211] para las marquillas VUELTA ABAJO EXTRA de 30 centavos.

Para participar del concurso había que enviar por correo un número de marquillas vacías de entre 10 y 109 cuyas dos últimas cifras coincidieran con las de los tres primeros premios de la Lotería Nacional. Del concurso porteño participaron 8277 personas en la categoría de $0.20 y 727 en la de $0.30. El Nº 74 del primer premio fue acertado por 18 concursantes de la primera categoría y por 6 de la segunda; el Nº 27 del segundo premio fue acertado por 165 y 8 participantes, respectivamente. Entre quienes acertaron se realizó un sorteo para asignar los premios, resultando ganadores los señores Conde de Villa Pineda ($1200) y Rafael Paolino (100 libras esterlinas).[212]



A fines de ese mismo año se realizó otro concurso similar para el sorteo de la lotería de Navidad, aunque limitado a la ciudad de Buenos Aires y con menores premios. En esta ocasión participaron 25873 concursantes de los cuales 1010 acertaron alguno de los tres primeros números del sorteo de la lotería.[213] El mismo tipo de certamen se repitió para las fiestas de mayo y julio del año siguiente.

Otra estrategia publicitaria[214] de los cigarrillos VUELTA ABAJO, con una buena repercusión entre los fumadores, se desarrolló en forma simultánea con los sorteos de la lotería. En este caso se participaba con los cartoncitos que venían dentro de las marquillas de 20 centavos y que tenían un valor de $2 los 100. Como lo muestra la imagen del cupón de los VUELTA ABAJO EXTRA, los cartoncitos habían reemplazado a las marquillas en los canjes por objetos de joyería, bazar y otros rubros, pudiéndose con la nueva promoción adquirir pasajes en barco a los principales puertos europeos con un descuento de entre 20 y 25 % comparando con los precios de cualquier compañía de vapores.



A modo de ejemplo un pasaje de ida y vuelta a Génova en tercera clase costaba $120 (o 6000 cartoncitos) y en primera clase $500 (o 25.000 cartoncitos). En la ilustración el capitán del barco hace el siguiente comentario: "*A este paso -reflexiona el marino- será preciso comandar un Dreadnought para transportar los turistas que aprovechan los cartones VUELTA ABAJO*".

La Hija del Toro, de José León



En el año 1856 uno de los pioneros en la industria del tabaco en la Argentina, el inmigrante español José León, fundó su cigarrería llamada La Hija del Toro en la calle Cangallo 274 (actual J. D. Perón) en donde estuvo al menos hasta 1870. En 1879 su dirección había cambiado a Cangallo 356-360.[215] Teniendo en cuenta que en 1887 se modificó la forma de numerar las calles de 50 a 100 números por cuadra en la Capital Federal, la altura de la fábrica original sería alrededor de 750 y la más nueva se corresponde con la dirección que aparece en la gran mayoría de las marquillas Cangallo 932-936.[216] Sin embargo, no hay que soslayar otra referencia que sostiene que la fábrica ocupó el mismo local desde su fundación.[217] A mediados de la década de 1850 ya había 36 cigarrerías establecidas en la ciudad,[218] pero la mayoría eran pequeñas manufacturas y talleres mayormente artesanales. Al tiempo de su fundación los artículos de producción comprendían el tabaco empaquetado, los cigarros y cigarrillos, todo fabricado manualmente y en cantidades relativamente pequeñas. El lento pero sostenido crecimiento de la manufactura y el incremento de la demanda llevaron a que en 1873 se hiciera necesaria la incorporación de las primeras máquinas a vapor. Hacia 1870 José León ya figuraba entre los cigarreros con más valor declarado en el registro de contribuyentes de la Ciudad de Buenos Aires.[219]

La Hija del Toro es una de las tabaquerías más antiguas que se conocen, y está relacionada con una más antigua aún, la Cigarrería del Toro, establecida en 1843 por Miguel Gómez y Cía., como ya veremos la primera fábrica de cigarrillos sobre la que se tienen noticias.[220] Esta casa es comprada en 1878 por Steenken Hermanos y se establece en la calle Moreno 165/171 como "*Cigarrería del Toro, Casa Introductora y Fabricante de cigarros y cigarrillos*".[221] En 1895 la Cigarrería del Toro es una de las tabacaleras más importantes de Buenos Aires, pero se disuelve en 1900 y vende su marca de cigarrillos LANCERO ARGENTINO a J. M. Busto & Cía.; y las de tabaco TORO, LOS FLUMINENSES, CAPORAL DEL TORO y EL TORO, a La Hija del Toro, de José León & Cía., su competidora de parecido nombre.



No hay muchos datos sobre la vida familiar de este tabaquero salvo los que pudimos recabar en los censos nacionales de 1869 y 1895.[222] En el año 1869 José León tenía 51 años y se declaraba nacido en España y de ocupación comerciante. Estaba casado con la también española Francisca Uquía de 37 años y tenían domicilio en Cangallo 262-274, coincidente con la dirección de su manufactura. Sus hijos, con las respectivas edades entre paréntesis, eran todos nacidos en la Argentina: José (11), Agustín

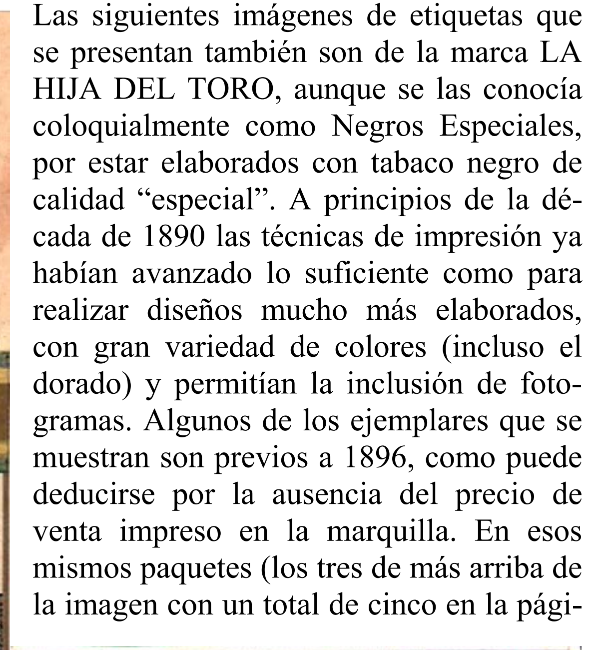
(10), Antonio (8), Ernesto (6), Diego (3) y María (1). En el censo de 1895 encontramos los datos de Francisca Uquía de León de 64 años de edad, con 8 hijos, viuda y con 31 años de matrimonio, domiciliada en la sección 25, subdivisión 10 correspondiente al barrio de San José de Flores (altura Rivadavia al 7500-7700). De estos datos se deduce que el matrimonio tuvo dos hijos más, probablemente luego de 1869 y que el fundador de La Hija del Toro falleció alrededor de 1888, cuando tenía unos 70 años de edad. Su hijo Diego León, soltero de 28 años y ocupación comerciante, vivía en el mismo domicilio, junto con María L. de Marcoartú, de 26 años, casada con el español Daniel Marcoartú (comerciante) y con dos hijos. En el mismo censo, pero en otro domicilio, encontramos a Agustín León, soltero de 34 años de edad y también comerciante. Uno de los hijos faltantes en el censo de 1869 se llamaba Carlos, según consta en la venta de dos propiedades familiares en el año 1916, en la que también figuran Agustín, Diego y María.[223]



La primera marquilla que presentamos en la página anterior es de principios de la década de 1880. En ella ya aparecen los dos leones sosteniendo el escudo con el toro y la "hija" detrás, que formarían parte de casi todas las etiquetas de la firma. El diseño es relativamente simple: el nombre de la fábrica, de su dueño y la dirección (Cangallo 360), aunque ya se utilizaba una variedad cromática destacable. La impresión era realizada por la Litográfica Madrileña,[224] situada en Alsina 257, que comenzó a funcionar a principios de la década de 1870 y realizaba grabados litográficos para revistas y periódicos de la época como *El Mosquito*, *La Farsa Política*, *El Petróleo*, *Antón Pirulero* y *Don Quijote*.[225] La siguiente marquilla es de la misma época y en ella aparecen retratados dos soldados, uno (el de la izquierda) identificado como Zumalacárregui. Se trata del general vasco Tomás Zumalacárregui (1788-1835) famoso por sus tácticas guerrilleras en la Guerra Carlista española. Luego de su derrota y muerte por los liberales, la típica boina roja que portaban los miembros de su ejército fue prohibida en todo el territorio nacional español, para todas las personas y estados, tanto militares como paisanos.[226]

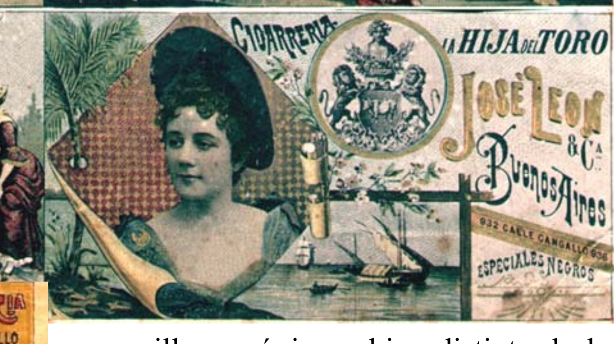






Las siguientes imágenes de etiquetas que se presentan también son de la marca LA HIJA DEL TORO, aunque se las conocía coloquialmente como Negros Especiales, por estar elaborados con tabaco negro de calidad "especial". A principios de la década de 1890 las técnicas de impresión ya habían avanzado lo suficiente como para realizar diseños mucho más elaborados, con gran variedad de colores (incluso el dorado) y permitían la inclusión de fotogramas. Algunos de los ejemplares que se muestran son previos a 1896, como puede deducirse por la ausencia del precio de venta impreso en la marquilla. En esos mismos paquetes (los tres de más arriba de la imagen con un total de cinco en la página anterior) aparece el nombre de la ciudad escrito como Buenos Ayres, la forma antigua para referirse a la capital de nuestro país. El precio de venta de estos cigarrillos era de 10 centavos el paquete.





En todas las marquillas se destaca la presencia de rostros femeninos con adornos muy elaborados y complejos, especialmente de flores, plantas, aves y otros animales. Sin embargo, a diferencia de los productos de otras empresas tabacaleras, las etiquetas de LA HIJA DEL TORO no consistían en un diseño fijo con una ventana en la que se insertaba una serie variable de imágenes, sino que cada marquilla era única y bien distinta de las demás. Hasta la tipografía con el nombre de la marca y la fábrica se iba variando de paquete en paquete. Lo único que se conservaba casi inalterable era el logotipo que identificaba a la empresa que, como ya mencionamos, consiste en dos leones rodeando y sosteniendo un escudo de armas en el que aparece dibujado un toro, y sobre este la parte superior del cuerpo de una mujer (probablemente simbolizando a su hija) con algunas ramas de olivo en sus manos y una corona en su cabeza.





Los paquetes de LA HIJA DEL TORO eran del tipo redondo, en lugar de la caretita rectangular. Esta forma de presentar los cigarrillos fue la primera en ser utili-

zada por las fábricas que elaboraban tabaco. Usualmente se envolvían los cigarrillos con un papel formando un cilindro, que se cerraba manualmente en ambos extremos. Los cigarrillos se agrupaban en alrededor de veinte unidades que se cubrían con una etiqueta con el nombre comercial y los datos del fabricante. Esta se pegaba en un costado y en algunos casos se plegaba en la parte superior y la inferior para impedir que se salieran los cigarrillos. Finalmente, se colocaba la estampilla fiscal de modo que se rompiera al abrir el paquete. En esos años todavía no existía el papel de aluminio, ni el celofán que se usa actualmente para preservar el sabor del tabaco. La imagen del paquete de LA HONRADEZ, fabricado en Cuba, sirve de ejemplo para ilustrar cómo se comercializaban los cigarrillos a mediados-fines del siglo XIX.

En las marquillas de LA HIJA DEL TORO de la página anterior hay dos casos en los que todavía se conserva la estampilla fiscal que debía adherirse obligatoriamente al paquete. En ellas se pueden ver el nombre del fabricante y el valor del impuesto, requisitos que imponía la Ley de Impuestos Internos Nº 3247. En el caso de los paquetes de 10 centavos la contribución al fisco era de 3 centavos, es decir un 30% del valor del producto. Contrariamente a lo que podría suponerse los cigarrillos más caros pagaban en impuestos un porcentaje menor que los económicos. Así los de 20 centavos tenían una contribución de 5 centavos (un 25%) y los de 30 centavos pagaban 7 centavos de impuestos, lo cual era equivalente a un 23%.

Actualmente (año 2019) está vigente la Ley Nº 26.467, promulgada en enero de 2009 y modificatoria de la Ley de Impuestos Internos y de la Ley Nacional del Tabaco, que establece un impuesto mínimo del 60% al que hay que agregar 21% del IVA (Impuesto el Valor Agregado), el Fondo Especial del Tabaco (7% sin IVA), el Fondo de Emergencia (10% sobre el precio final) y el Impuesto por Ingresos Brutos. En su conjunto estos impuestos se llevan más del 80% del precio de venta al público de cada atado de cigarrillos.[227] De todas formas este porcentaje es menor al que se aplica en otros países, particularmente los más desarrollados, en donde existen campañas muy fuertes para desalentar el consumo de tabaco por cuestiones sanitarias. Según datos del año 2018 los precios[228] de los cigarrillos en la Argentina están en un rango intermedio en la región, pero son mucho más baratos que en Europa, Oceanía o América del Norte; un paquete de Marlboro cuesta aquí algo más de 2 dólares, cuando en Australia o Noruega vale más de 15 dólares.



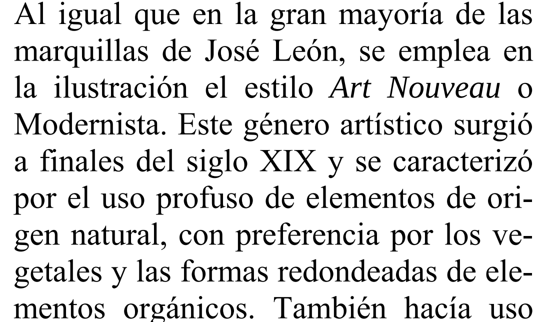
Otra de las marcas emblemáticas de la manufactura de José León y Cía. fue la de los cigarrillos BRASIL. La primera inscripción de esta denominación comercial que hallamos es del 25 de junio de 1901 bajo el acta Nº 9896 y se corresponde con la marquilla que mostramos. Se trataba de cigarrillos negros hechos con tabaco Río Novo y se vendían a 10 centavos el paquete de 14 cigarrillos. De todas las marcas comerciales fabricadas por esta tabacalera la que más tiempo logró perdurar fue justamente BRASIL, que con el tiempo pasó a denominarse BRASIL EXTRA, y fue elaborada por la S.A. Manufactura de Tabacos Piccardo y Cía. en paquetes de 20 cigarrillos sin filtro hasta principios de la década de 1970.

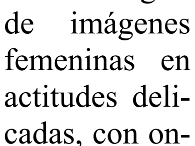


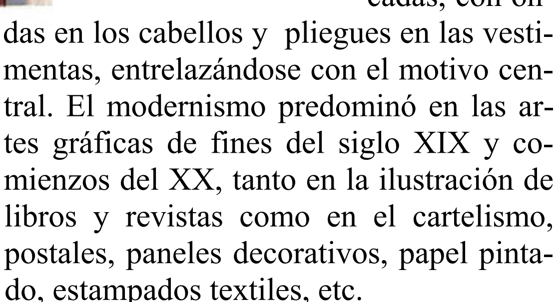
Los cigarrillos AMOR también los elaboraba La Hija del Toro, de José León y Cía. La primera inscripción de la marca que encontramos en la Oficina de Patentes y Marcas es del 09 de abril de 1895, pero es probable que la marca haya existido con anterioridad a esta fecha. El ejemplar que se reproduce completo y las dos imágenes correspondientes a ilustraciones variables de otras marquillas son previos a 1896, pues no tienen el precio impreso según el requerimiento de la ley de Impuestos Internos. Los paquetes de AMOR venían en carteritas de 14 cigarrillos, aunque el formato de la marquilla desarmada era alargado, a diferencia del habitual que era casi cuadrado.



Las etiquetas tienen una cara frontal con un dibujo único, que reproduce una escena de Adán y Eva en el paraíso, y un diseño variable en la cara posterior en el que cambia la leyenda y la ilustración, siempre relacionadas con la marca AMOR. Las tres marquillas que se presentan evocan al "anhelo amoroso", el "Amor de madre y el "Instinto de la maternidad". Una de las solapas internas lleva el nombre y la dirección del fabricante y la restante el logo de La Hija del Toro.







Al igual que en la gran mayoría de las marquillas de José León, se emplea en la ilustración el estilo *Art Nouveau* o Modernista. Este género artístico surgió a finales del siglo XIX y se caracterizó por el uso profuso de elementos de origen natural, con preferencia por los vegetales y las formas redondeadas de elementos orgánicos. También hacía uso de imágenes femeninas en actitudes delicadas, con ondas en los cabellos y pliegues en las vestimentas, entrelazándose con el motivo central. El modernismo predominó en las artes gráficas de fines del siglo XIX y comienzos del XX, tanto en la ilustración de libros y revistas como en el cartelismo, postales, paneles decorativos, papel pintado, estampados textiles, etc.



Hacia 1905 los cigarrillos AMOR ya se vendían en el formato cuadrado de carterita de 14 cigarrillos, a un precio de 10 centavos. El nuevo diseño y formato fueron registrados el 10 de septiembre de 1902 con el número de acta 10952. El grabado de la cara principal fue modificado por el de una madre besando a su hijo angelical, dejando las tres ventanas restantes para ilustraciones variables y los datos comerciales de la empresa. La Compañía Argentina de Tabacos renovó el registro de la marca en el año 1912 y la continuó comercializando al menos hasta 1918.



NINFA era otra de las marcas de cigarrillos elaborada por La Hija del Toro, de José León y Cía. Al igual que los Negros Especiales de LA HIJA DEL TORO y los AMOR, esta marca era del segmento económico de 10 centavos y contenía 14 cigarrillos en un paquete con formato de carterita. La primera inscripción de la marca que hallamos corresponde al registro Nº 10605 del 26 de mayo de 1902, siendo sucesivamente renovada por la Compañía Argentina de Tabacos en 1912 y por la SA La Defensa Donato Didiego y Cía. Ltda. en 1934.

El estilo Modernista también se expresa en esta etiqueta mediante la infaltable presencia femenina decorando todas sus caras junto con adornos de flores, plantas y animales. La impresión era realizada en los talleres de la Compañía General de Fósforos. Este ejemplar es una prueba de color en cromolitografía de ocho colores, con impresión fotomecánica de un rostro femenino en la ventana frontal (ausente en este caso) y una lista de precios, productos y recomendaciones en el interior de la marquilla. La fábrica de José León también utilizaba los servicios del establecimiento gráfico de Günche, Wiebeck y Turtl para imprimir sus marquillas.



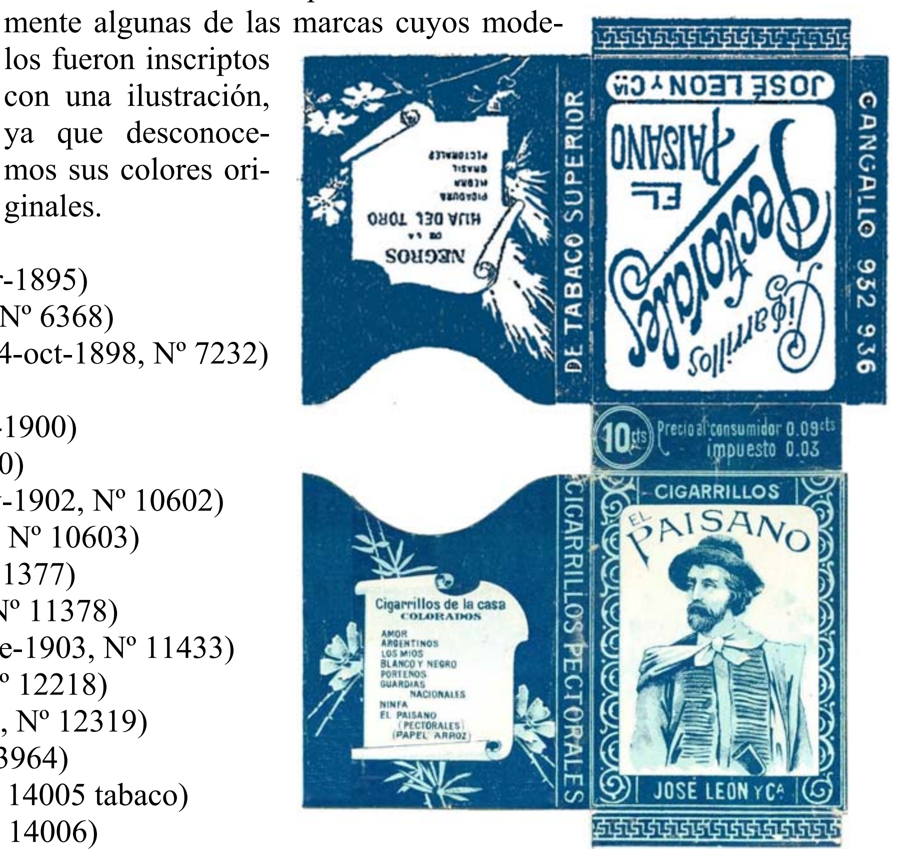
La marca de cigarrillos habanos UNIÓN estaba en el rango de precios intermedios y se vendía a 20 centavos la carterita de 14 cigarrillos. El primer asiento que hallamos en los registros de la Oficina de Patentes y Marcas corresponde al Nº 8417 del 10 de agosto de 1900. Los derechos sobre la denominación comercial fueron renovados por José León y Cía. el 08 de agosto de 1910 (Nº 30487) y desde 1920 hasta al menos 1941 fueron sucesivamente renovados por la SA Manufactura de Tabacos Piccardo y Cía. Ltda. Notar el complejo y muy elaborado diseño, similar a los que se utilizaban en el papel moneda. Justamente las etiquetas eran impresas por la Compañía Sudamericana de Billetes de Banco. No fue posible identificar ninguno de los dos escudos que aparecen en las caras interiores de la marquilla, por lo que seguramente se trate de una creación propia del diseñador de la etiqueta.



La marca LEÓN, a 30 centavos el atado, era uno de los productos más caros manufacturados por de La Hija del Toro y es probable que el nombre se haya elegido como homenaje al fundador de la firma. La primera inscripción en el registro de marcas es del 25 de junio de 1901 y le fue asignado el Nº 9895. La denominación comercial fue sucesivamente renovada por las firmas José León y Cía. (1911), Compañía Argentina de Tabacos (1914) y Piccardo y Cía. Ltda. (1921 y 1932). El diseño de la marquilla de los cigarrillos LEÓN es muy elaborado con múltiples adornos y filigranas. Tiene un estilo muy similar a los UNIÓN, aunque en este caso no figura el pie de imprenta que permita identificar qué compañía litográfica fabricaba las etiquetas.



Además de las marcas que ya mencionamos, la manufactura La Hija del Toro, de José León y Cía., inscribió varias decenas de denominaciones comerciales entre los años 1895 y 1911. Por orden cronológico listamos las marcas que hallamos en los registros de la Oficina de Patentes y Marcas, con la fecha de inscripción (o de renovación) y el número de acta correspondiente. Presentamos coloreadas artificialmente algunas de las marcas cuyos modelos fueron inscriptos con una ilustración, ya que desconocemos sus colores originales.



BLANCO Y NEGRO (09-abr-1895)
EL PAISANO (01-jun-1897, Nº 6368)
EJÉRCITO ARGENTINO (24-oct-1898, Nº 7232)
UNITARIOS (11-sep-1900)
CABEZA DE LEÓN (05-oct-1900)
RELOJ (15-feb-1901, Nº 9400)
MORENO cigarros (26-may-1902, Nº 10602)
PORTEÑOS (26-may-1902, Nº 10603)
CÍVICOS (13-ene-1903, Nº 11377)
DIAMANTE (13-ene-1903, Nº 11378)
REINA HORTENSIA (27-ene-1903, Nº 11433)
DIAMANTE (14-jul-1903, Nº 12218)
SAN MARTÍN (01-ago-1903, Nº 12319)
IMPERIO (26-jul-1904, Nº 13964)
AMÉRICA (05-ago-1904, Nº 14005 tabaco)
LOS MÍOS (05-ago-1904, Nº 14006)

BLANCO Y NEGRO (11-may-1905, Nº 15435)
IMPERIO (11-may-1905, Nº 15434)
LA BUENOS AIRES (11-may-1905, Nº 15433)
SOL (10-jul-1905, Nº 15801)
GUARDIAS NACIONALES (15-sep-1906, Nº 18666)
ARGENTINOS (02-nov-1906, Nº 19082)
LA CATEDRAL (04-jun-1907, Nº 20671)
EL GAUCHO (04-jun-1907, Nº 20672)
EL PAISANO (04-jun-1907, Nº 20673)
EJÉRCITO ARGENTINO (13-ago-1909, Nº 25763)
NAPOLEÓN (18-mar-1909, Nº 25746)







Si bien la manufactura La Hija del Toro se especializaba en cigarrillos de tabaco negro, también elaboraba varias marcas con tabaco colorado, según puede verse en la marquilla de EL PAISANO de 10 centavos que mostramos en la página anterior.

Marcas como DIAMANTE, IMPERIO (registrada originalmente por Alberto Almagro Araujo en 1896), LOS MÍOS y UNIÓN, estaban en el rango de precios intermedios y se vendían a 20 centavos. Los productos económicos de 10 centavos estaban cubiertos por los cigarrillos BLANCO Y NEGRO (renovada al menos hasta 1946 por Piccardo), PORTEÑOS (renovada hasta 1934 por La Defensa de Donato Didiego y Cía.), RELOJ, EJÉRCITO ARGENTINO (registrada originalmente por Augusto Taillafer en 1896 y renovada por Piccardo hasta 1929) y GUARDIAS NACIONALES (renovada por Piccardo hasta 1926), además de BRASIL, NINFA y AMOR. Los tabacos TORO, NAPOLEÓN, LEÓN, AMÉRICA, CAPORAL, EXTRA, CORRIENTE, BAHÍA, VIRGINIA, ALEMÁN estaban entre las distintas variedades fabricados por la empresa. Todos estos productos seguramente tuvieron mucha menos venta que LA HIJA DEL TORO, marca emblemática y más acreditada de la fábrica de José León y Cía.



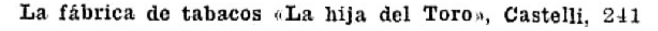
Hacia fines del siglo XIX las oficinas comerciales de La Hija del Toro estaban en Cangallo 932 con depósito en Suipacha 166 (a la vuelta de la esquina, probablemente se comunicaba por los fondos con las oficinas de venta), y la elaboración se realizaba en los antiguos talleres de la calle Castelli 241 y Cangallo 2629/75 originalmente utilizados por la Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo, la misma empresa que había vendido a Malagrida su razón comercial y sus marcas más importantes. Para entonces su fundador original ya había fallecido, pero sus familiares, fundamentalmente su hijo Agustín, continuaron con la empresa y La Hija del Toro se transformó en una de las fábricas más importantes del país.[229] El establecimiento ocupaba 284 empleados (175 varones y 109 mujeres, mayoritariamente argentinos y mayores de 14 años) de los cuales unos 200 se dedicaban de la fabricación de cigarrillos, cigarros y tabaco en hebra y el resto cumplía tareas directivas, administrativas y de mantenimiento. El horario de trabajo era de 7 a 18, con una hora destinada para el almuerzo. El salario promedio mensual, trabajando 10 horas diarias y 25 días al mes, era de unos $50 cifra bastante reducida, pero que era común para la industria del tabaco.



La Hija del Toro era uno de los mayores productores, no solo de cigarrillos, sino también de tabaco, cigarros de hoja económicos, fósforos, boquillas, pitos, tabaqueras, etc., además de atender la venta minorista incluyendo la importación de cigarros del Monopolio Italiano. Había incorporado las maquinarias más avanzadas de la época, incluyendo seis Bonsack para armar cigarrillos (habían llegado al país en 1890), varias picadoras alemanas y brasileñas, empaquetadoras de tabaco, tostadoras, cernidores, evaporadores, etc. Todas estas complejas máquinas eran movidas por un motor a vapor de 50 HP. La Manufactura La Hija del Toro tenía en el año 1900 un valor de más de un millón de pesos considerando sus inmuebles e instalaciones.

A diferencia de otras fábricas, y como puede deducirse por los precios de sus cigarrillos más acreditados, la fábrica de José León y Cía. utilizaba mayormente tabaco nacional para la elaboración de sus productos. De un stock de 1000 toneladas de tabaco, el 80% era nacional (fundamentalmente correntino, salteño y misionero) y un 20% importado (casi la mitad paraguayo, la otra mitad brasileño y Bahía, y una muy pequeña fracción habano). El tabaco misionero se utilizaba para los cigarrillos negros y el de Corrientes y Salta para los colorados. Al tabaco salteño, por ser algo más claro, se lo denominaba "tipo alemán" y era frecuentemente utilizado para producir la picadura de tabaco llamada "hebra corriente". El correntino era más similar al paraguayo y se usaba en la producción de cigarrillos y tabaco empaquetado. Era muy común añadir melaza tanto al tabaco negro como al colorado para darles un sabor más fuerte y característico. El palo de la hoja de tabaco, que era un producto de descarte, se picaba y añadía a los productos de inferior calidad.




La fábrica de tabacos «La hija del Toro», Castelli, 241



Los escombros en los fondos del edificio

En junio de 1908 la fábrica sufrió un incendio que destruyó casi totalmente (como puede verse en la página previa) el antiguo edificio de la calle Castelli 241, ubicado en el barrio porteño de Once en la manzana delimitada por las calles Castelli, Cangallo (actual Perón), Cuyo (actual Sarmiento) y Paso. Según la crónica periodística el incendio se debió "al descuido de un operario que arrojó una colilla encendida o un fósforo sobre un paquete de cartones".[230] Las pérdidas fueron muy grandes superando los cien mil pesos, pero la fábrica fue reconstruida y prontamente volvió a funcionar gracias a que estaba asegurada en una suma considerablemente mayor.



Como dato de interés mencionamos que en 1889 se creó la Fábrica de Tabacos La Buenos Aires, situada en la calle Rivadavia 1549, cuyo dueño era Salvador León[231] y tenía como socio a don Gonzalo Perea y a don José León Crespo como socio industrial. Según el censo de 1895 tanto Salvador como su esposa eran españoles, tenían 34 años y declaran poseer una cigarrería. En la marquilla de GUARDIAS NACIONALES que mostramos se menciona que La Buenos Aires, con domicilio en Alsina 1046-50 es propiedad de José León. Es muy probable que haya existido algún parentesco entre José y Salvador León (que tenía una edad similar a los hijos de José), sobre todo por el hecho de que La Buenos Aires fabricó las marcas DEMI MONDE, PASTOR LUNA y GUARDIAS NACIONALES, siendo esta última comercializada por La Hija del Toro a partir de 1906. Salvador León y su familia vivían a unas pocas cuadras de la fábrica y tenían dos hijos españoles de 10 y 8 años y una hija argentina de 5 años, es decir que llegaron a la Argentina entre 1887 y 1890, coincidente con la inauguración de la cigarrería. Según la reseña de la *Guía de Establecimientos Industriales* del año 1895 el local de la fábrica ocupaba un área de 70 metros de fondo por 17 de frente, con un galpón aislado del resto de la fábrica, donde se hallaba instalada la maquinaria y las máquinas de picar tabaco movidas por un motor de seis caballos de fuerza. Cincuenta obreros se dedicaban a la elaboración de cigarrillos, además de los despalilladores, peones y dependientes. En el escritorio y sala de ventas, cubiertas por elegantes vidrieras, se exhibían los distintos productos elaborados.





Para finalizar esta descripción de la Cigarrería La Hija del Toro presentamos dos hermosos carteles de obsequio[232]. En el primero unas sensuales sirenas fuman relajadamente en el agua. En el segundo una sugestiva dama es admirada por el hombre que aparece debajo y, seguramente, por muchos de los fumadores de aquella época. Estos carteles son un excelente ejemplo de la forma en que las tabacaleras intentaban ganar el favor de los fumadores hacia finales del siglo XIX y comienzos del XX.

Manuel Méndez de Andés y la Diosa romana Abundantia



Manuel Méndez de Andés nació el 7 de mayo 1847 en Valdepares, El Franco, villa situada en la provincia española de Oviedo (actual provincia de Asturias).[233] Cuando tenía no más de trece o catorce años de edad su familia tomó rumbo hacia la Argentina, desembarcando en Buenos Aires en 1861. A pesar de ser aún un niño comenzó a trabajar desarrollando un notable espíritu para ganar su propio pan. En noviembre de 1874, luego de grandes ahorros y sacrificios, había logrado hacerse de un pequeño capital con el cual decidió probar fortuna, y con solo 28 años de edad montó su propia fábrica de tabacos, una industria que recién estaba comenzando en nuestro país.

CIGARRILLOS ESPECIALES
DE LA
ABUNDANCIA
Estos magníficos cigarrillos, son fabricados con el mejor tabaco recibido de la Habana, y el papel de hilo puro.
Los venden en todas las confiterías y en la fábrica y depósito: Piedras y Mejico.—*Almacen de la Abundancia.*

Según una publicidad[234] del año 1875 la primera fábrica y depósito del Almacén de la Abundancia estaba ubicada en la esquina de las calles Piedras y Méjico. Allí y en todas las confiterías podían conseguirse los cigarrillos ESPECIALES de La Abundancia.
En 1876 encontramos el siguiente artículo[235] en un semanario de la época:
LA ABUNDANCIA
GRAN FÁBRICA DE CIGARRILLOS HABANOS PREMIADOS EN LA EXPOSICIÓN DE CHILE
Esta gran fábrica, establecida hace dos años en el mismo local que actualmente ocupa, ha conseguido, merced a los desvelos de su propietario, Don Manuel Méndez de Andés, elevar la elaboración de los cigarrillos a una altura envidiable y digna del mayor encomio.
El tabaco que se emplea siempre es del habano más puro y rico que viene al Río de la Plata, así como el papel procede de las mejores fábricas de Alcoy. Más de treinta operarios se ocupan actualmente en la fabricación de los especiales y afamados cigarrillos de La Abundancia, que tanto favor han encontrado en el público, merced a las excelentes e inimitables cualidades que los distinguen entre los de su clase.
Los cigarrillos especiales de La Abundancia, son hoy, sin disputa, los únicos que gozan de general aceptación, y los únicos también que merecen el nombre de especiales.
Deseoso el propietario de esta gran fábrica de facilitar al público la adquisición de tan deliciosos cigarrillos, ha establecido numerosas agencias y sucursales, tanto en esta capital como en los pueblos de campaña y provincias del interior para la venta al por mayor y menor.

Podemos ver que en solo dos años la fábrica había tomado una importante dimensión. Tenía más de treinta empleados y abastecía mediante distintos representantes no solo a la Capital, sino también a ciudades como Lobos, Cañuelas, San Pedro, Junín, Mercedes, Chascomús, Carmen de Areco, Gualeguay, Paraná, y Mendoza. El relativo éxito obtenido estimuló la aparición falsificaciones y obligó en 1876 a cambiar las etiquetas a color sepia e incluir grabados similares a los billetes de banco.[236]
Hacia 1879 el establecimiento se había transformado[237] en la Gran Fábrica de Cigarrillos La Abundancia instalada ahora en Rivadavia 214-216 (luego de 1887, Rivadavia 892-896),[238] a pocas cuadras de la plaza de Mayo, con un depósito general ubicado en Tacuarí 14, a la vuelta de la esquina sobre la misma manzana.

En un artículo aparecido[239] en *La Industria* el 15 de enero de 1879 se comenta que hasta mediados de la década de 1870 el desarrollo de la industria tabaquera local era escaso. Se traían cigarrillos de la Habana de mala calidad, fabricados con residuos de tabaco. La demanda local de productos de mejor calidad llevó a que varios aventureros, la mayoría inmigrantes, comenzaran con la fabricación de cigarrillos en el país para competir con los habanillos cubanos.

En una Argentina en donde pocos creían que fuera posible desarrollar localmente cualquier tipo de producto, la empresa era más que arriesgada. Manuel Méndez de Andés fe uno de los que en base a esfuerzo y sacrificio logró imponer sus productos, y en pocos años la mayoría de los fumadores solo aceptaban los cigarrillos domésticos, aunque estos costaran el doble de los importados.



La fábrica La Abundancia contaba a principios de 1879 con setenta operarios para la fabricación de cigarrillos, 45 hombres y 25 mujeres, además de otros 15 obreros que se encargaban de tareas administrativas y de mantenimiento. Se les pagaba 30 pesos m/c ($1.20 m/n) por la confección de 100 paquetes de cigarrillos. Esta era la cantidad promedio diaria de atados que se podían elaborar en 12 horas de trabajo. Los paquetes, según las clases, tenían 8, 10, 15 y 21 cigarrillos y se vendían a dos pesos m/c (equivalente a 8 centavos m/n) el atado. Las marcas que se fabricaban eran: LA ABUNDANCIA, LA ABUNDANCIA (negros), LA PANTERA, LA AFRICANA, CAPORALES y MÉNDEZ

Para la fabricación de los cigarrillos se contaba con una máquina para prensar tabacos picados, un horno para secar tabaco caporal, dos máquinas para picar tabaco caporal, una para cortar papel y treinta máquinas para hacer cigarrillos.

Hacia fines de 1878 La Abundancia comienza con la fabricación de los cigarrillos MÉNDEZ y construye un nuevo taller en donde emplea 25 mujeres. En un diario de la época[240] se expresa;

"*En la fábrica de cigarrillos de La Abundancia hay niñas y señoras en el trabajo. La elaboración de la mayor parte de los cigarrillos que fumamos es obra de las lindas rubias, o bien de algunas matronas interesantes. Muy bien, eso dignifica altamente a las argentinas*." La reseña concluye con la importancia de la producción local de cigarrillos que no solo evitaba la salida de divisas del país, sino que otorgaba trabajo genuino a mujeres con pocas opciones laborales "*para que no fueran a parar a las regiones degradantes del vicio*". De más está decir que las jornadas laborales de doce horas y el trabajo infantil eran habituales en el siglo XIX. La reglamentación del trabajo de mujeres y niños, el descanso dominical y la jornada de ocho horas fueron conquistas obreras logradas recién a comienzos del siglo XX.

Dentro de las primeras marcas[241] que elaboró la manufactura de Méndez de Andés ya mencionamos a los cigarrillos MÉNDEZ. Esta fue, en 1879, una de los pioneras en incluir premios desde uno hasta cincuenta pesos m/c (equivalente a dos pesos m/n) en los paquetes para premiar a sus fumadores, que se elevaron a 500 pesos en 1881. Estos cigarrillos tuvieron gran aceptación tanto por la calidad del tabaco como del papel utilizado. Los CAPORALES son de la misma época y se los vendía como cigarrillos franceses, con un formato algo más grande que los cigarrillos tradicionales.

La calidad con la que La Abundancia manufacturaba sus cigarrillos fue premiada en numerosas exposiciones como las llevadas a cabo en Santiago de Chile (1875), Filadelfia del Centenario de Estados Unidos (1876),[242] del Club Industrial (enero de 1877), Continental en Buenos Aires (1882), Mendoza (1883), Rosario del Santa Fe (1883, medalla de plata) y París (1889, Gran Premio de Honor).

United States Centennial Commission.
INTERNATIONAL EXHIBITION 1876.
REPORTS AND AWARDS

853. M. Mendez de Andés, Buenos Ayres, Argentine Republic.
CIGARETTES.
Report.—Carefully manufactured from native tobacco.



LOS MEJORES CIGARRILLOS
QUE SE ELABORAN EN ESTA CAPITAL
TURCOS ESPECIALES
DE LA ABUNDANCIA
SOLO SE EXPENDEN EN LA FABRICA 214 – RIVADAVIA – 216

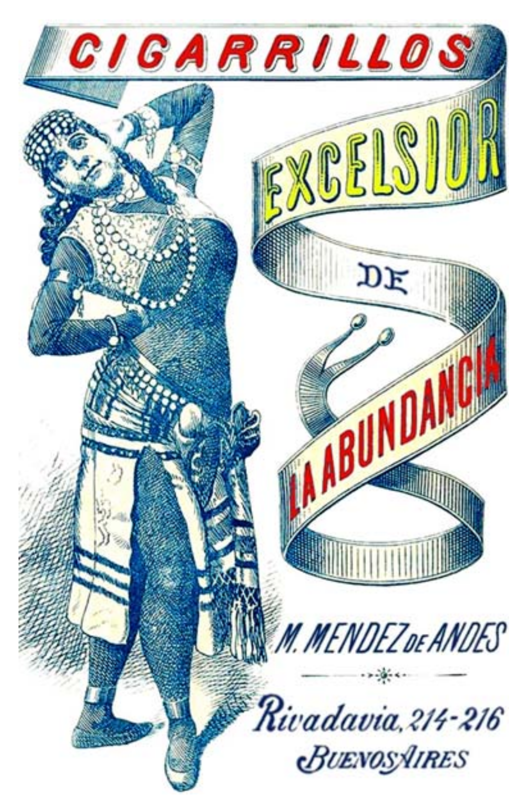
El 12 de octubre de 1881 La Abundancia registra los cigarrillos HIGIÉNICOS bajo el Nº 585, que se caracterizaban por ser elaborados con tabaco habano puro, papel especial y "no dañar el pecho". Se vendían en las principales confiterías y almacenes de la ciudad, campaña y provincias. Estos datos aparece en una publicidad[243] de la revista *La Broma* en donde Guillermo White, Director del Departamento de Ingenieros Civiles y Comisario de la Oficina de Patentes de Invención, certifica que se otorgó el uso exclusivo de la marca a Don Manuel Méndez de Andés. Esta marca, sin embargo, ya se vendía al menos desde comienzos de 1881 y había recibido elogios de toda la prensa de la Capital pues había obtenido premios en varias exposiciones.[244] La marquilla que exponemos es de principios de la década de 1880. El dibujo de Abundantia subida a un carro tirado por caballos es obra del dibujante, litógrafo, ilustrador y caricaturista argentino Carlos Clérice, colaborador de las principales revistas y periódicos de la época e ilustrador de la primera edición de *La Vuelta de Martín Fierro* en 1879.

También hacia 1881 se vendían en Buenos Aires los TURCOS ESPECIALES de La Abundancia, promocionados como "los mejores cigarrillos que se elaboran en esta Capital".[245]



Proceso de elaboración manual de cigarrillos en los talleres de mujeres de la fábrica de La Abundancia, año 1893.

Llegando al final del siglo XIX la fábrica de Méndez de Andés se había transformado en una de las más importantes[246] de Buenos Aires. Trabajaban en la confección de cigarrillos, cigarros y picadura de tabaco entre 150 y más de 200 personas, dependiendo de la demanda. En el galpón, de dos pisos, estaban no solo las máquinas cigarrilleras, picadoras y secadoras de tabaco, sino también el taller de litografía (que permitía imprimir marquillas con hasta catorce colores) y una sección en la que se construían las cajas para empaquetar los productos que se elaboraban. Todas las máquinas eran movidas por calderas a vapor.[247]



A pesar de tener un considerable éxito con muchos de sus productos, la marca que identificó a La Abundancia fue la de los cigarrillos[248] EXCÉLSIOR, muy bien aceptados por los fumadores porteños. Esto se debió a que Méndez de Andés utilizaba tabaco superior para sus productos, que además eran elaborados con el mayor esmero. Gracias a estos reconocimientos sus cigarrillos EXCÉLSIOR de 15 centavos contaron con el favor de los fumadores, haciendo que las ventas aumentaran y que La Abundancia se transformara en una de las fábricas tabacaleras más importantes del país. Méndez de Andés empezó entonces a ganar mucho dinero, parte del cual invirtió en construir una suntuosa vivienda en el actual barrio de Caballito (Rivadavia 5657), en cuyo frente aparecía el nombre EXCÉLSIOR.

Manuel Méndez de Andés se caracterizó por asistir a las instituciones públicas. En 1879 contribuyó con libros para la biblioteca del Hospital Español y donó doscientas cajetillas de cigarrillos para consumo de los pobres enfermos que allí estaban asistiendo. También fue un mecenas entusiasta y las desgracias públicas no le eran ajenas, y así colaboró cuando se produjo el naufragio de la cazatorpedera Rosales, que se incendió en 1892 cuando se dirigía a España para participar en los festejos del cuarto centenario del Descubrimiento de América. Ayudó a las víctimas del terremoto de San Juan y La Rioja de 1894, que dejó numerosos muertos y heridos, y a los inundados del sur de la Ciudad. Su patriotismo quedó evidenciado con la colaboración de $5000 cuando comenzó la suscripción para el Crucero Río de la Plata y su promesa de donar $20.000, y si fuera necesario poner en venta todas sus propiedades, para la probable guerra con Estados Unidos en Cuba, que finalmente aconteció en 1898, un año después de su fallecimiento.[249]

Don Manuel fue un vecino caracterizado, apreciado y muy respetado del barrio de San José de Flores.[250] Fue miembro del concejo Deliberante por la Parroquia de San José de Flores, en cuyo progreso urbano se destaca; intervino activamente y se desempeñó como Presidente de la Asociación Patriótica Española y de la Asociación Española de Socorros Mutuos de San José de Flores. Presidió también la Unión General de Tabaqueros, y participó de la Colonia Artística, de la Cruz Roja, del Instituto Normal y del Círculo de la Prensa, además de ser un protector desinteresado de escritores, escultores, músicos, actores y periodistas. Falleció en Buenos Aires el 17 de julio de 1897 y fue inhumado en el cementerio de La Recoleta, donde cinco años más tarde quedó inaugurado para recordarlo el monumento que se muestra en la foto[251] y que está actualmente en la bóveda a perpetuidad[252] que tiene en dicho cementerio. Por su aporte generoso en las calamidades públicas, la ciudad de Buenos Aires le rindió homenaje imponiendo su nombre a una de las calles de la ciudad que corre por los barrios de Caballito y Flores, convirtiéndose así este reconocido inmigrante español en uno de los pocos personajes (dos, hasta donde hemos podido recabar información) relacionados con la industria del tabaco que tiene una calle en su honor.

EL MONUMENTO Á MÉNDEZ DE ANDÉS

La traslación de los restos de don Manuel Méndez de Andés, al panteón hecho construir por su familia en la Recoleta, dió origen á una manifestación organizada por las sociedades españolas, á la memoria del que en vida era una de las figuras más sobresalientes de la colectividad á que pertenecía.

Tras de las carrozas fúnebres de la casa de Mirás que conducían las coronas de flores naturales, iban representantes de la Asociación Patriótica Española, de otras muchas sociedades, del comercio y de la intendencia municipal

Frente al panteón, el coro del Orfeón Español cantó una salve, haciendo después uso de la palabra el doctor Gonzalo Segovia y los señores Félix Ortiz de San Pelayo y A. Llamazares.

LA MANIFESTACIÓN EN LA AVENIDA REPÚBLICA, PRECEDIDA DEL COCHE DE LAS CORONAS

EL MONUMENTO Á MÉNDEZ DE ANDES

Como el fundador de La Abundancia no tenía descendientes directos trajo a un sobrino de España, también llamado Manuel Méndez de Andés y nacido en Valdepares en 1872,[253] para enseñarle los secretos de la industria tabacalera y prepararlo para que se hiciera cargo de la empresa. La temprana muerte del fundador de La Abundancia[254] llevó a que su joven sobrino tomara la responsabilidad de sus negocios y también de su fortuna. La fábrica se mantuvo en funcionamiento en forma independiente hasta 1911 cuando fue comprada en un millón de pesos por la Compañía Argentina de Tabacos, que se hizo cargo de sus marcas de cigarrillos. Méndez de Andés siguió en el negocio tabacalero como miembro del directorio de la C. A. T.

Don Manuel Méndez de Andés, fundador de La Abundancia.

Ya propietario de los bienes heredados de su tío,[255] a principios del siglo XX regresa a Asturias para casarse con Tarsila Blanco Abella Fuertes que provenía de una familia acomodada y de clase alta. Manuel Méndez de Andés decide entonces construir una mansión para él y su familia en unos extensos terrenos cedidos por sus suegros en el pueblo de Luarca. El palacete recibió el nombre de Villa Excélsior,[256] en recuerdo a los cigarrillos que le permitieron hacer fortuna a su tío. Fue concebido por el prestigioso arquitecto Manuel del Busto, y los jardines fueron diseñados por Pedro Mugica, el más renombrado paisajista del momento. La familia se trasladó a la Villa Excélsior en 1912. La casa era grandiosa (más de 600 metros cuadrados cada planta) y en su diseño se mezclaban elementos arquitectónicos de diversos estilos. Pero los negocios de Manuel estaban en la Argentina y era necesario que realizara frecuentes viajes a Buenos Aires, mientras que en Villa Excélsior lo esperaba su mujer con sus seis hijos, cuatro niñas y dos niños.

Aparentemente Manuel no heredó de su tío la habilidad para hacer negocios y administrar su fortuna, y tampoco lo acompañó la suerte. Por ejemplo, cuando comenzó a exportar carne argentina a los ingleses estalló la Guerra del 14, y su negocio se fue a pique. Además tenía debilidad por las apuestas en casinos y carreras de caballos, lo que rápidamente redujo su fortuna a cero. En abril de 1928 formó una sociedad para fabricar cigarrillos con el tabaquero Fernando Sanjurjo que actuó de socio capitalista y le pagaba un monto mensual de $300 a cuenta de las ganancias.[257] A comienzos de la década de 1930 decidió abandonar Argentina y radicarse definitivamente en España. En junio de 1931 Manuel Méndez de Andés aparece muerto[258] en su camarote del Cap. Arcona,[259] cuando regresaba a su país para asistir a la boda de una de sus hijas. Parece ser que un infarto puso fin a su vida a los 61 años de edad.[260]



Manuel Méndez de Andés, sobrino del fundador de La Abundancia.

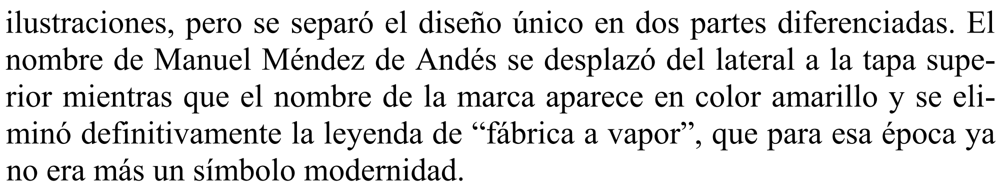
Cien años después Villa Excélsior sigue ahí, casi en ruinas.[261] Sus paredes se mantienen firmes, pero las goteras de a poco han arruinado el interior de la mansión. En algún sentido, la esplendorosa, pujante y muy diversa industria tabacalera argentina de fines del siglo XIX y principios del siglo XX, era comparable con la majestuosidad de la joven Villa Excélsior. La decadencia y monotonía que provocó la llegada del trust tabacalero inglés y sus millones, bajo el engañoso nombre de Compañía Argentina de Tabacos, pueden asimilarse a las ruinas de la Villa Excélsior de Méndez de Andés.



Ya hemos mencionado que la marca emblemática de La Abundancia era la de los cigarrillos EXCÉLSIOR, que comenzaron a venderse en 1880.[262] Méndez de Andés renovó el registro de la marca en 1898 (acta Nº 7188) y 1908 (acta Nº 24235). Estos cigarrillos, que se vendían en paquetes de 16 unidades, se produjeron (al menos) en tres variedades y continuaron elaborándose por lo menos hasta el año 1937, reinscritas sucesivamente en la Oficina de Patentes y Marcas por la C. A. T. en 1918 y Piccardo en 1929. De las dos imágenes de la marquilla de 15 centavos que se muestran, la que tiene la dirección de la calle Rivadavia 892-896 corresponde a los años en que la fábrica aún estaba en poder de Méndez de Andés. La otra, con la dirección Humberto 1º 2031-2051, ya es de la época en que la C. A. T. había adquirido a La Abundancia.

Los diseños de ambas etiquetas son similares, destacándose la bailarina exótica de rasgos mulatos en la parte izquierda y otra mujer en el centro que personifica a Abundantia, la diosa romana de la abundancia. Abundantia lleva usualmente una cornucopia, o cuerno de la abundancia, entre sus brazos como símbolo de prosperidad. Según la mitología griega, este cuerno en forma de embudo espiralado tiene el poder de conceder a quien lo posea todo lo que desee, particularmente alimentos y riquezas. La imagen de Abundantia fue utilizada en las monedas romanas del siglo III y también aparece personificada en una obra del pintor flamenco Rubens del año 1630.





Avanzada la década de 1910 la marquilla sufrió un cambio de forma y un leve rediseño. El paquete en el que la base se plegaba para ser pegada, fue reemplazado por uno con solapas recortadas, al que se le agregó una tapa superior que permitía cerrar más cómodamente el envase sin que se escaparan los cigarrillos que contenía. En la etiqueta se conservaron las mismas ilustraciones, pero se separó el diseño único en dos partes diferenciadas. El nombre de Manuel Méndez de Andés se desplazó del lateral a la tapa superior mientras que el nombre de la marca aparece en color amarillo y se eliminó definitivamente la leyenda de “fábrica a vapor”, que para esa época ya no era más un símbolo modernidad.



En 1929 Piccardo introdujo el paquete de EXCÉLSIOR vertical conteniendo 12 cigarrillos. Esta presentación fue la que se continuó vendiendo prácticamente hasta la desaparición de la marca.

En septiembre de 1890 aparece una propaganda[263] en la que Manuel Méndez de Andés presenta a sus EXCÉLSIOR BOUQUET. En ella se indica que estos nuevos cigarrillos están fabricados con puro tabaco habano especial y que por lo tanto los "fumadores inteligentes" se darán cuenta de que al ser de tan buena calidad, no es necesario incluir figuritas en los atados para atraer a los consumidores.

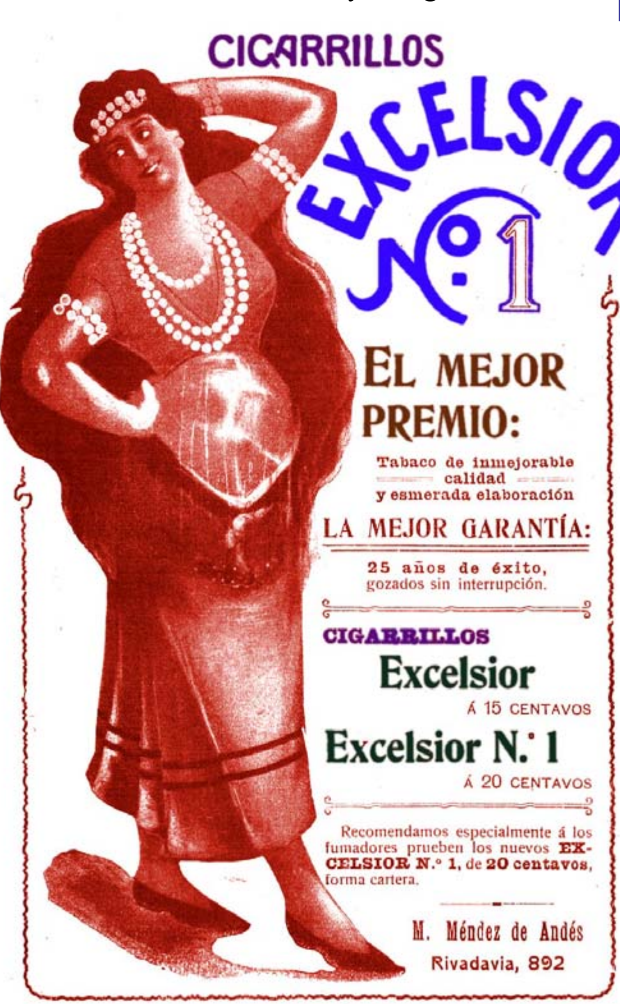
Además de la dirección de la calle Rivadavia 892-896 que aparece en todas las marquillas, en el aviso figura la ubicación de los talleres y fábrica a vapor en la calle Europa 2139 al 2147 (hoy Pedro Goyena) en el barrio de San José de Flores, a unas pocas cuadras de la residencia porteña de Don Manuel en la calle Rivadavia 5657 y la sucursal céntrica de Florida y Cangallo.

CIGARRILLOS EXCÉLSIOR BOUQUET DE LA ABUNDANCIA

Estos nuevos cigarrillos, que hoy ofrecemos a nuestros numerosos favorecedores, son elaborados con Tabaco Habano Especial, y no dudamos que han de obtener gran aceptación entre los fumadores inteligentes, por la buena calidad del tabaco, así como por su elegante y cómodo embase [sic].

Siendo ventajosamente conocidos los productos de nuestra fabricación en toda la República, así como la antigüedad y crédito de esta Casa, escusamos [sic] toda recomendación y sólo pedimos que prueben todos los fumadores inteligentes los nuevos cigarrillos EXCÉLSIOR BOUQUET, los cuales en vez de figuritas contienen tabaco habano puro garantizado por el fabricante.

M. Méndez de Andés
Rivadavia 892-896
Talleres y fábrica a vapor: Europa 2139 a 2147
Sucursal: Florida y Cangallo
Buenos Aires, Septiembre 1 de 1890



En el año 1905 apareció una nueva variedad denominada EXCÉLSIOR Nº 1, a un costo de 20 centavos, de inmejorable calidad y con la misma esmerada elaboración que las otras presentaciones, pero en formato de carterita, tal cual se destaca en la publicidad.[264] Se observa también que la bailarina del aviso aparece con más vestimenta que la de la marquilla, quizás porque se consideró que la imagen de la mujer con poca ropa no era conveniente para una revista con el perfil de *Caras y Caretas*.

Es interesante destacar los argumentos con los que las tabacaleras trataban de convencer a los fumadores de la mejor calidad sus productos sobre los de la competencia. La Abundancia insistía mucho con los años que llevaba produciendo su exitosa marca y apelaba a la racionalidad e inteligencia de los fumadores para decidirse por sus cigarrillos.

Por ejemplo un aviso de EXCÉLSIOR del año 1905 tenía el siguiente texto:[265]

Nuestra época es de positivismo y de análisis. El buen sentido puede sufrir una desviación momentánea; pero siempre concluye por imponerse y dar á cada cual su merecido. No hay en la República Argentina, marca de cigarrillos que, como la EXCÉLSIOR, pueda aseverar, con el testimonio del público en general, su éxito siempre creciente frente á todas las demás marcas nacidas por generación espontánea y desaparecidas casi siempre como por escotillón.

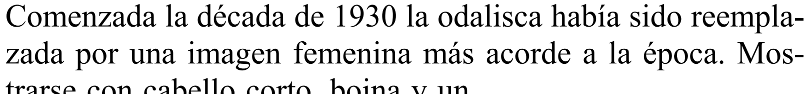
25 AÑOS DE ÉXITO en ruda lucha con productos similares sólo se conquistan á favor del mérito real. Fume Vd. esos cigarrillos y se ahorrará las incertidumbres propias del que se ve diariamente defraudado en sus deseos.

También se apelaba a lo opinión de personalidades famosas de la época. En otro aviso de La Abundancia se decía:[266] *He aquí la opinión que acerca de los cigarrillos EXCÉLSIOR emitió el general y publicista D. Bartolomé Mitre:*

"Saludo atentamente al señor Manuel Méndez de Andés y agradezco el obsequio que acompaña a su atenta carta de ayer, encontrando que los cigarrillos EXCÉLSIOR de puro tabaco habano merecen la popularidad de que gozan. San Martín 208" (la dirección corresponde a la residencia del Gral. Mitre, con la numeración antigua de las calles).

Como el resto de las tabacaleras, los fabricantes de los cigarrillos EXCÉLSIOR también ofrecían premios a sus favorecedores. Entre ellos se destacaba un singular reloj de bolsillo enchapado en oro que data de alrededor de 1910 con un muy raro sistema de indicar la hora.[267] La aguja del minutero realizaba un recorrido de 0 a 60 sin dar la vuelta completa, contando con un sistema diseñado especialmente para hacer volver a cero la aguja cuando llegaba al final del recorrido y simultáneamente incrementaba la lectura de la hora mostrada en la ventanilla más pequeña. A estos relojes se los conoce como "reloj de salto", jump hour en inglés, o Saltarello por un modelo de reloj de pulsera fabricado por Vacheron & Constantin. El fabricante de este particular reloj, especialmente hecho para los cigarrillos EXCÉLSIOR tal cual se observa en la imagen, fue la empresa suiza Courvoisier Frères de La Chaux-de-Fonds, que denominó con la marca "Modernista" a este tipo de reloj con horas saltantes y aguja minutera retrógrada.

La posibilidad de obtener relojes como premio nos permitió conocer que Piccardo produjo la marca EXCÉLSIOR al menos hasta fines de la década de 1930. En un sitio dedicado a los afamados relojes suizos Longines[268] aparece la imagen y la descripción de un reloj pulsera con la inscripción CIGARRILLOS EXCÉLSIOR, cuyo número de serie corresponde al año 1937.





Comenzada la década de 1930 la odalisca había sido reemplazada por una imagen femenina más acorde a la época. Mostrarse con cabello corto, boina y un cigarrillo en la boca era la forma de expresar los signos de modernidad y libertad para las damas de entonces, y así se reflejaba en las publicidades del momento.[269]

Sin embargo, el diseño clásico de los cigarrillos EXCÉLSIOR se hizo conocido más allá de las fronteras de nuestro país. Es mencionado en el libro *La Misteriosa Llama de la Reina Loana*[270] del renombrado escritor italiano Umberto Eco. El capítulo 7 del libro se denomina Ocho Días en el Ático y en una parte el protagonista revisa las pertenencias de su abuelo y encuentra "dos cajones llenos de paquetes de cigarrillos de suntuosas cajas con imágenes de jeques y pachás, de marcas como Makedonia, Turkish Atika, Tiedemann's Birds Eye, Aladdin, Calypso, El Khalif, y también con odaliscas orientales como en los cigarrillos EXCÉLSIOR de La Abundancia."

No hemos hallado muchos más registros de otras marcas de cigarrillos fabricadas por La Abundancia que hayan gozado de gran aceptación popular. En la Oficina de Patentes y Marcas hay unas pocas solicitudes presentadas por Manuel Méndez de Andés con posterioridad a 1895. Entre ellas encontramos a la marca CORRIENTES (acta Nº 9281 del 10 de diciembre de 1900), RADICALES (acta Nº 13375 del 21 de marzo de 1904), ELEFANTE y ZOO (actas Nº 17601 y 17602 del 23 de abril de 1906).

Los RADICALES son los únicos que aparecen acompañados por una ilustración monocromática en el Boletín Oficial. Venían en formato de carterita con los mismos diseños que la marquilla de los EXCÉLSIOR. En las caras internas se pueden leer los siguientes textos:

Aviso: La Abundancia, tan renombrada por sus cigarrillos EXCÉLSIOR que cuentan con veinte años de éxito continuo elabora los mejores cigarros habanos con tabaco especial de Vuelta Abajo.

Importante: Estos cigarrillos son elaborados con tabaco especial y papel de arroz superior, para los fumadores inteligentes… marzo 9 de 1894.



La fecha indica que originalmente los cigarrillos RADICALES se habían inscripto en 1894 y que el registro de 1904 se trata de una renovación.

Existen también algunas marquillas de la marca TANGO en las variedades Extra Finos de 30 centavos y Extra Finos Seleccionados de 40 centavos cuyo fabricante era Manuel Méndez de Andés, tal cual puede observarse en la estampilla fiscal de los TANGO Extra Finos. Resulta extraña la dirección de la calle Rivadavia 2633 que figura en la etiqueta de los TANGO de 40 centavos, ya que no se corresponde con ninguno de los establecimientos de La Abundancia, ni con ninguna otra fábrica que tengamos registrada.

En la misma época existió al menos otra manufactura que elaboraba cigarrillos marca TANGO de 10 centavos. Se trataba de la Sociedad Tabacalera del Sud Ltda., de la ciudad bonaerense de Tres Arroyos, probablemente una pequeña empresa familiar que procesaba el tabaco para el consumo regional.



A modo de homenaje, concluimos la historia de La Abundancia mostrando una hermosa medalla recordatoria en memoria del fallecimiento de su fundador, Don Manuel Méndez de Andés, firmada por el artista y grabador Juan Gottuzzo.[271]

La Vencedora de Pedro Somay y Fermín Subízar



Retrato de Pedro S. Somay, fundador de La Vencedora en 1878.

El poeta español Manuel Curros Enríquez, autor de *Aires da Miña Terra* alguna vez escribió:[272] "*La epopeya del trabajo está todavía por hacer. En ningún metro conocido han cabido ni cabrán probablemente los martirios, los dolores, las angustias, las meditaciones y los heroísmos de los que, desheredados de la suerte, sin haber nacido en dorada cuna, antes habiendo probado desde sus abuelos todos los rigores de la miseria y todas las tristezas de un adadverso destino, abandonados a sí mismos, consiguen por la perseverancia y el trabajo, esas dos virtudes por excelencia creadoras, romper los lazos de secular servidumbre y destacarse sobre el nivel social, ricos, poderosos y en condiciones para remediar las desgracias de sus semejantes*".

Don Pedro S. Somay, tabaquero gallego y uno más de los incontables inmigrantes españoles que se dedicaron a esta industria, seguramente puede ser considerado como uno de esos héroes de la perseverancia y el trabajo a los cuales se refiere Curros Enríquez. Somay era natural de la provincia de Pontevedra, ubicada en el noroeste de España; aunque hay discrepancias sobre el lugar preciso de su nacimiento, algunas versiones los ubican en Carril, otras en Villagarcía o incluso en una aldea inmediata a uno de aquellos pueblos. Según los datos que figuran en los Censos Nacionales de 1869 y 1895 nació a fines de 1848 o principios de 1849. Somay llegó a la Argentina a la edad de 13 años sin conocer a persona alguna en la ciudad de Buenos Aires, lo que valoriza aún más los logros que consiguió basados en el trabajo y la constancia. En 1869 trabajaba de dependiente (empleado de comercio) y vivía en la sección cuarta, en la zona de la calles Tacuarí y Moreno, más precisamente en Moreno 213.



Hacia 1878 estableció su propia cigarrería[273] denominada La Vencedora (o La Vencedora Argentina) con casa central en la calle Moreno 331-333 (de la antigua numeración), tal cual puede observarse en la marquilla con el retrato del General Roca, de principios de la década de 1880. Con el cambio de numeración a 100 números por cuadra, a partir de 1887 la nueva dirección pasó a ser Moreno 700, esquina Chacabuco. El depósito y los talleres estaban en un magnífico edificio de Santiago del Estero y Armonía (actualmente 15 de noviembre). De acuerdo a la *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*[274] de 1886, La Vencedora también tenía como dirección Buen Orden 169 - 171 (Bernardo de Irigoyen, desde 1907). En el censo de 1895 Somay declara 47 años y aparece viviendo en la sección segunda, manzana 5, correspondiente a la delimitada por las calles Belgrano, Moreno, Perú y Chacabuco, así que muy probablemente vivie-



ra en el mismo sitio en donde estaban las oficinas comerciales de su cigarrería. Figuraba como casado desde hacía 3 años con Peregrina Casal de 33 años y no tenían hijos. En la misma ficha censal aparece el nombre de Fermín Subízar, soltero, de 29 años, también español y comerciante. Teniendo en cuenta que el censo se realizó en un día domingo y que vivían en el mismo domicilio, no es descabellado inferir que existía algún tipo de relación familiar o de amistad entre ambos. No encontramos datos del fallecimiento de Pedro Somay, pero es probable que haya ocurrido en los primeros años del siglo XX, cuando Fermín Subízar tomó el control de la empresa. El fundador de La Vencedora fue enterrado en un mausoleo propio en el cementerio de La Recoleta. A pesar de haber comenzado muy modestamente, La Vencedora llegó a ser una de las principales tabacaleras de la América meridional, obteniendo premios en distintas exposiciones, y promocionándose en la contratapa de la revista *Caras y Caretas*.



Marquilla de los cigarrillos SMOKING de 20 centavos elaborados por Pedro S. Somay. Esta marca se destacó por la presencia de desnudos femeninos en las etiquetas, algo bastante común en la industria tabacalera de aquellos tiempos. En este caso se reproduce en la parte posterior de la carterita una obra denominada "La siesta en los henos".

Una de las marquillas más antiguas que se conoce de esta firma es la de LA VENCEDORA de la página anterior, comercializada aproximadamente en 1880, En ella aparecen el escudo argentino unido al español de la época de Isabel II en una de sus caras. En la otra, una mujer con gorro frigio y una daga puede interpretarse como Marianne, la alegoría de La Libertad francesa, o como una versión libre del dios Mitra de origen persa y luego adoptado por los romanos. El diseño de la etiqueta corresponde a Carlos Clérice, quien también había realizado el dibujo para los cigarrillos HIGIÉNICOS de Manuel Méndez de Andés. La litográfica Madrileña (Alsina 257, Buenos Aires) se encargaba de la impresión.

La Vencedora realizaba ventas por mayor y menor, siendo sus principales marcas de cigarrillos SPORTSMEN, SMOKING, VERY GOOD, EL CHANCHO (todas de 20 centavos); SOMAY, VENCEDORA ARGENTINA (30 centavos); RECLUTAS (12 centavos) y LA MULITA (10 centavos). Hay constancia de otras marcas de ci-

garrillos elaboradas por Somay como EL ZORRO (registrada en 1895); GUARDIA CIVIL, GUARDIA DE HONOR, PECTORALES y ASOCIACIÓN PATRIÓTICA ESPAÑOLA, en 1896; CANDIDATOS y EL CRIOLLO (tabaco) en 1897, CALANDRIA (1899) y PUNTA ARENAS en 1901.

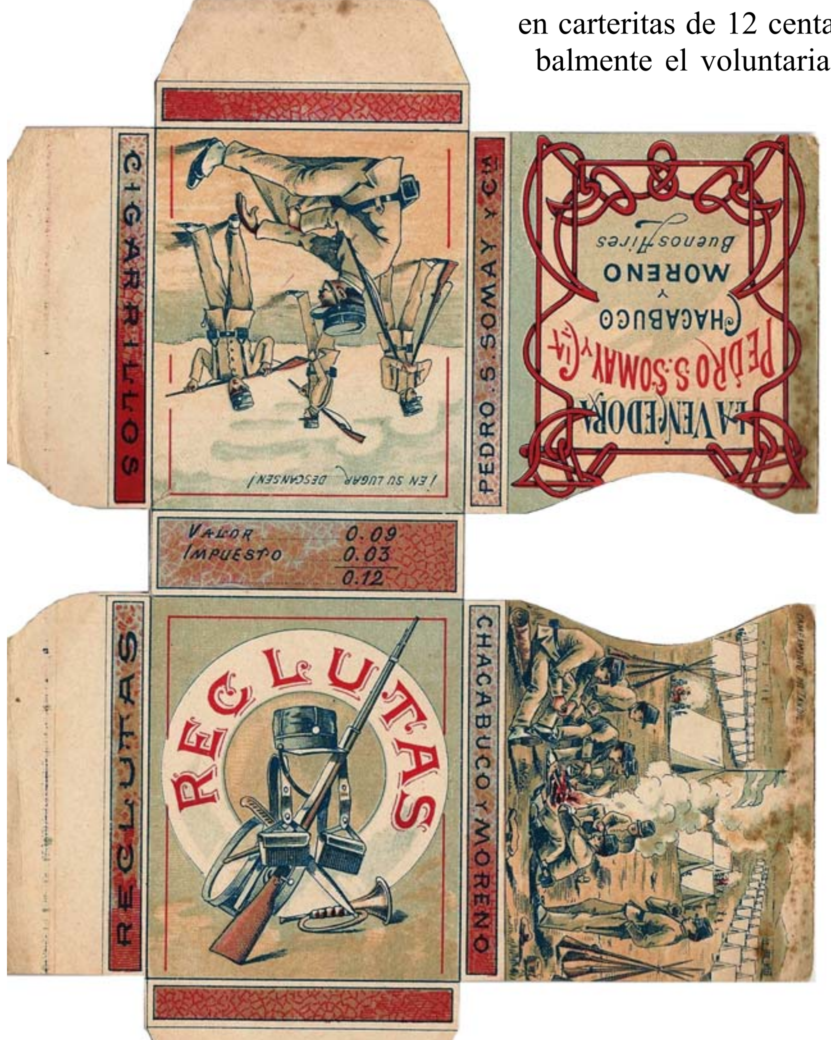
La fábrica también elaboraba cigarros de hoja de mediana calidad, vendía tabaco picado, suelto y en paquetes; para sus productos empleaba tabaco de la Habana, Bahía y Sumatra; vendía todos los productos relacionados al ramo de la cigarrería destacándose por el bajo precio y la esmerada elaboración de sus artículos. Asimismo proporcionaba medios de subsistencia a centenares de obreros de ambos sexos. Solo en la elaboración de puros empleaba alrededor de 500 personas.

En la Exposición Nacional de Industria, Comercio y Ganadería de 1898 la firma La Vencedora obtuvo una medalla de oro como premio a la calidad de sus productos.[275] Esta muestra se inauguró el 16 de octubre de 1898 en el Pabellón Argentino, una monumental y muy lujosa construcción desmontable de hierro, mayólica y vidrio con la que la Argentina había participado de la Exposición Universal de París en 1889, con motivo del centenario de la Revolución Francesa. La obra fue diseñada por el arquitecto francés Albert Ballú y en la muestra parisina estuvo erigida con un singular éxito en la entrada misma de la Exposición junto a la Torre Eiffel, recién inaugurada. El gobierno argentino intentó sin éxito vender el Pabellón en Francia por lo que tuvo que ser repatriado y cedido a la Municipalidad de Buenos Aires. En 1894 el Pabellón Argentino se había instalado en la Plaza San Martín en la zona de Retiro, en donde estaban los antiguos cuarteles militares. Desde 1910 y durante más de dos décadas funcionó en sus instalaciones el Museo Nacional de Bellas Artes. En 1931 se decidió la ampliación de la Plaza San Martín, por lo que el Pabellón Argentino fue definitivamente desmontado en 1934 y sus partes rematadas. Debido a la impericia de los gobernantes de turno, este símbolo del desarrollo industrial argentino de fines del siglo XIX que junto con la Torre Eiffel fue una de las primeras construcciones con carpintería metálica, se perdió casi totalmente, con la salvedad de las esculturas de bronce que adornaban las esquinas del Pabellón.[276]

En el segmento de cigarrillos de bajo costo de La Vencedora estaba LA MULITA. Estos cigarrillos, elaborados con "tabaco superior", se vendían a $0.10 la carterita (probablemente de 20 o 21 unidades) y refieren al animal también conocido como peludo, armadillo, tatú o quirquincho, cuyas especies se distribuyen en toda América, desde Argentina hasta el sur de Estados Unidos.

Además de destacarse por su actividad como industrial tabaquero, Somay realizó numerosas donaciones en favor de España, su tierra natal. En septiembre de 1895 mil doscientos voluntarios españoles residentes en la Argentina se embarcaron hacia Cuba en los buques San Francisco, Saturno y Venus para pelear contra los rebeldes separatistas. Somay era parte de la Comisión Patriótica y los empleados de su fábrica La Vencedora repartieron grandes cantidades de cigarrillos y 10 pesetas a cada uno de los voluntarios. En esa misma ocasión, Manuel Durán, dueño de La Proveedora, dispuso de 40.000 atados de cigarrillos para quienes iban a luchar en Cuba.[277]

Como miembro de la Junta Ejecutiva de la Asociación Patriótica Española, Somay participó activamente en las gestiones para recaudar fondos (casi un millón ochocientos mil pesos) con el objetivo de comprar el Crucero Río de La Plata para la marina española. También formó parte del comité de recepción y despedida del crucero cuando este tocó tierras argentinas en febrero de 1900.[278]



La marca RECLUTAS data de alrededor de 1899 y se vendía en carteritas de 12 centavos el atado. El nombre refleja cabalmente el voluntariado patriótico que había surgido en la sociedad española del Río de La Plata, quizás mayor al de los españoles que vivían en la propia península ibérica. El "Campamento de Tandil", que se alude en una de las ilustraciones internas de la marquilla, fue una de las primeras unidades en donde se realizó el servicio militar obligatorio de 60 días para ciudadanos de 20 años, establecido en 1895. Según se comenta[279] en un libro de Agustín E. Álvarez en el año 1898 este servicio obligatorio solo era cumplido por los jóvenes más humildes, ya que los hijos de las familias ricas siempre encontraban formas de no realizar este deber cívico.

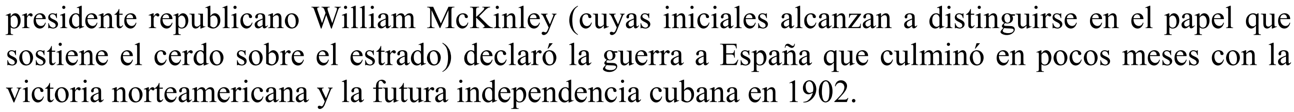
Otras marcas de la época que aludían a actividades militares eran MILITARES ARGENTINOS y FRAGATA DE GUERRA PRESIDENTE SARMIENTO de La Proveedora, EJÉRCITO ARGENTINO y GUARDIAS NACIONALES, de La Hija del Toro, ESCUELA DE TIRO de José M. Busto, REVOLUCIÓN de F. Bernárdez, COMBATE de Emilio Villalba, TORPEDO ARGENTINO de Fermín Subízar y MAUSER ARGENTINO de Testoni Chiesa.



Los cigarrillos PUNTA ARENAS fueron los últimos registrados por Pedro Somay antes de que la fábrica pasara a manos de Fermín Subízar. La inscripción se realizó el 22 de abril de 1901 y le correspondió el número de acta 9701. El nombre rememora a la ciudad chilena homónima (por eso la bandera de Chile), una de las más australes del mundo. Hacia fines del siglo XIX y principios del siglo XX recibió una gran cantidad de inmigrantes europeos atraídos por la fiebre del oro en la región. Actualmente es la tercera ciudad más poblada de la Patagonia, después de Neuquén y Comodoro Rivadavia en la Argentina.



La historia de los cigarrillos EL CHANCHO de 20 centavos es por demás interesante. En 1898 Somay saca a la venta unos cigarrillos con unas graciosas caricaturas que aluden a la situación en Cuba, y que representan a unos cerdos volando por el aire luego de estallar su barco (en el que ondea la bandera norteamericana), a otros marineros yanquis flotando sobre otros cochinos y más gracioso aún, un cerdito ataviado con los colores de la bandera norteamericana (sombrero, chaqueta azul y blanca con estrellas, pantalón a franjas rojo y blanco), que está declarando la guerra en la Cámara de Representantes, adonde por supuesto, asisten otros cerdos. Las caricaturas aluden a la guerra hispano-estadounidense que se desató con motivo del hundimiento del acorazado norteamericano Maine en el puerto de La Habana el 15 de febrero de 1898, enviado a la isla con la excusa de asegurar los intereses de los residentes estadounidenses. Una explosión nocturna partió por la mitad al barco norteamericano, acabando también con la vida de 256 tripulantes. El gobierno yanqui acusó a los españoles de haber sido los responsables del hundimiento, mientras que los españoles insistían en que se había tratado de un auto atentado.[280] Rápidamente el presidente republicano William McKinley (cuyas iniciales alcanzan a distinguirse en el papel que sostiene el cerdo sobre el estrado) declaró la guerra a España que culminó en pocos meses con la victoria norteamericana y la futura independencia cubana en 1902.



Debido a la protesta diplomática que se produjo por la ofensa que causaron estos cigarrillos, debió intervenir el gobierno nacional prohibiendo la venta del producto y emitiendo la siguiente resolución que consta en el Expediente 3305 M/1898:[281]

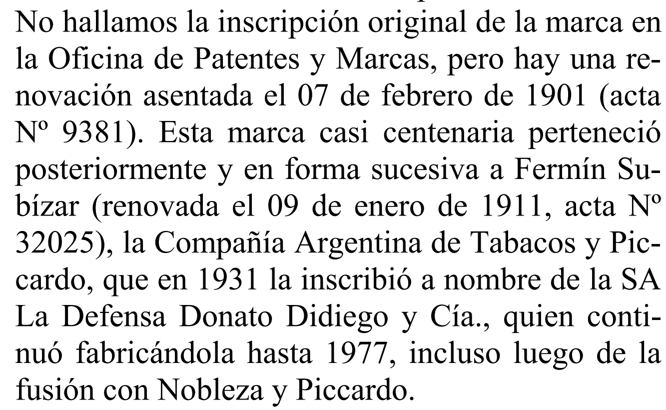
Dictamen del Sr. Procurador del Tesoro referente a la marca de fábrica de los cigarrillos CHANCHO (sic) y resolución aprobatoria.

Excelentísimo Sr.: Los colores de las muestras de etiquetas de cigarrillos que corren agregadas son los signos más alusivos a las Naciones Españolas y Norteamericanas y habiendo sido acordada la marca que motiva estos obrados sin colores, como lo manifiesta la Oficina de Marcas en su precedente informe, pienso que la Municipalidad ha procedido correctamente al impedir la colocación de carteles anunciadores de los cigarrillos CHANCHO, y que V.E. debe autorizarla a seguir tal procedimiento, pues no han sido registrados los carteles y etiquetas coloreados - Guillermo Torres.

Departamento del Interior, Bs. As., agosto 18, 1898.

Téngase por resolución el precedente dictamen del Procurador del Tesoro. Comuníquese a quienes corresponda, publíquese, dese al Registro Nacional y fecha archívese al Expediente, Exp. 3305 M/1898 - URIBURU, A. ALCORTA.

Basta con saber que José E. Uriburu era por entonces Presidente de la República y Amancio Alcorta Ministro de Relaciones Exteriores, para darnos una idea del revuelo que causaron estos cigarrillos cuando aparecieron en el mercado.



Los cigarrillos SPORTSMEN, que se vendían en carteritas de 20 centavos, eran los más reconocidos de los elaborados por La Vencedora. No hallamos la inscripción original de la marca en la Oficina de Patentes y Marcas, pero hay una renovación asentada el 07 de febrero de 1901 (acta Nº 9381). Esta marca casi centenaria perteneció posteriormente y en forma sucesiva a Fermín Subízar (renovada el 09 de enero de 1911, acta Nº 32025), la Compañía Argentina de Tabacos y Piccardo, que en 1931 la inscribió a nombre de la SA La Defensa Donato Didiego y Cía., quien continuó fabricándola hasta 1977, incluso luego de la fusión con Nobleza y Piccardo.

En el diseño original de los SPORTSMEN no aparecían los emblemáticos caballos asociados a la marca, aunque la cara principal tenía una herradura enmarcando la imagen del "hombre deportista" (y fumador) de fines del siglo XIX. La cara posterior de la marquilla traía un retrato femenino variable.

Por 1902 la fábrica La Vencedora ya estaba en manos de Fermín Subízar, quien continuó produciendo algunas de las marcas de Somay (como SPORTSMEN, VERY GOOD y CALANDRIA) y también incorporó varios nombres propios.

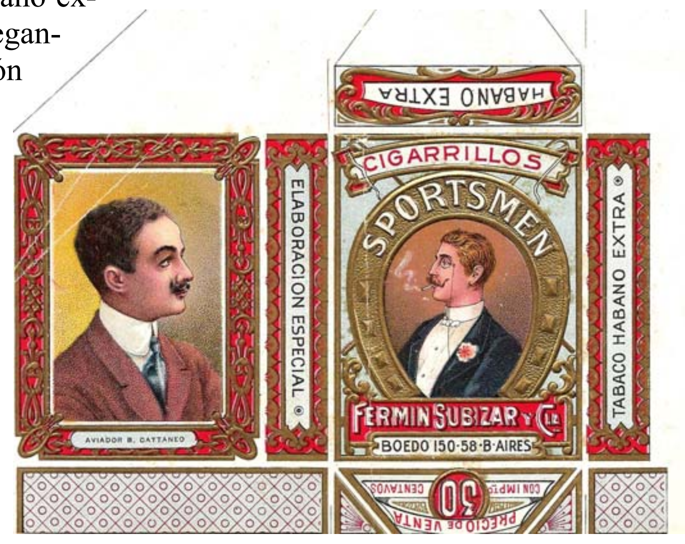
Los SPORTSMEN se continuaron fabricando en carteritas de 20 centavos, en las que ya aparecía la asociación más reconocida de la marca con los deportes relacionados con los caballos, aunque en la etiqueta se ven todavía raquetas de tenis, espadas de esgrima, tacos



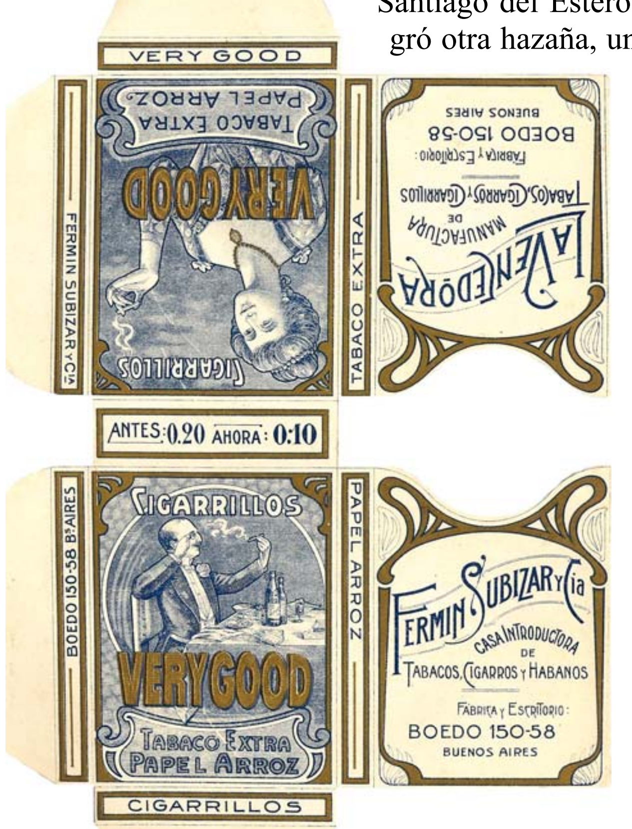


de billar o armas para tiro al blanco. La cara principal conservó la herradura, pero ahora con un caballo en el centro. El reverso contiene imágenes seriadas de elegantes damas practicando algún deporte. Además de los dos motivos que se presentan existen al menos otros tres de mujeres practicando equitación o jugando al tenis. En las caras internas de la marquilla aparece por primera vez la típica ilustración de los cazadores con los sabuesos, similar a la utilizada por Piccardo y Cía. hasta mediados de la década de 1960.

También había una versión de SPORTSMEN de 30 centavos el atado elaborados con tabaco habano extra, que mantenía la imagen del fumador elegantemente vestido, e incorporaba la ilustración de algún deportista famoso en el reverso. En la etiqueta aparece el aviador Bartolomeo Cattaneo, nacido en Grosotto, Italia en 1883. Fue el primer aviador que voló sobre la Capital Federal, ejecutando el primer vuelo de la historia sobre el corazón de Buenos Aires en 1910.[282] El 16 de diciembre del mismo año Cattaneo unió en vuelo por primera vez las ciudades de Buenos Aires y Colonia en el Uruguay, estableciendo un record de vuelo sobre el agua que perduró casi dos años hasta que Jorge Newbery lo batiera.



En la ciudad de Buenos Aires realizó numerosas exhibiciones, incluso en una ocasión aterrizó en el hipódromo nacional haciendo delirar al público que lo aclamó desde las gradas. El 10 de abril de 1911 efectuó en Villa Lugano su primer looping y también fue quien realizó el primer vuelo postal en el país, uniendo Buenos Aires con Rosario. Luego voló en Mendoza, Santiago del Estero, Corrientes, Chaco, Tandil, hasta que en 1915 logró otra hazaña, unir Buenos Aires y Santiago de Chile en viaje ida y vuelta sin escalas.



Debido a sus hazañas, y a pesar de ser extranjero, fue aceptado en la incipiente Fuerza Aérea de nuestro país. Tan aclamado era entre los porteños que Francisco Peirano le dedica el tango "Cattaneo", cuya partitura decía: "Al intrépido e insigne aviador".

Los cigarrillos VERY GOOD, en carteritas de 20 centavos primero y 10 centavos luego, fueron originalmente elaborados por Pedro Somay. Desde 1902 los manufacturó Fermín Subízar quien renovó el registro de la marca el 29 de mayo de 1905. La C. A. T. volvió a inscribir la marca en 1915 (pueden distinguirse de los anteriores porque en la marquilla aparece la dirección Uspallata 1720). Piccardo realizó las renovaciones en 1935 y en 1946. En la década del 40 los VERY GOOD aparecían como fabricados por la Compañía Argentina de Tabacos, ya en poder de Piccardo, con dirección en Corrientes 345. Estos cigarrillos continuaron vendiéndose al menos hasta fines de la década del 40, exportándose por ejemplo a Finlandia luego de la segunda guerra mundial.

Subízar continuó al frente de la empresa hasta 1911, año en que fue vendida a la Compañía Argentina de Tabacos. La fábrica y escritorio estaban en Boedo 150 al 158 en el barrio de Almagro. También elaboraba en la calle Victoria 968 (actual Hipólito Yrigoyen, a metros de la Av. 9 de Julio) y la fábrica principal seguía siendo la utilizada previamente por Somay, en Santiago del Estero 1963, en la zona de Constitución.

Además de su actividad industrial, Subízar ocupó diversos cargos en la junta directiva de la Asociación Española de Socorros Mutuos de Buenos Aires entre los años 1903 y 1911.[283] En 1913, alejado ya de la actividad tabacalera, ejerció por poco tiempo el cargo de Director Titular del Banco de España y América en la ciudad de Buenos Aires,[284] ya que falleció en noviembre de ese mismo año.

Otras marcas destacadas fabricadas por Subízar fueron: LA TOMA, RADIUM, TORPEDO ARGENTINO y UPA de 20 centavos; NOBLES y VIATOR de 30 centavos; BOMBERO, BOTAFOGO, EL MISIONERO, FLORETE, MIMÍ, MONO SABIO, NEGROS ESPECIALES, RÍO NOVO, VALLE CHICOANA en el segmento económico de 10 centavos. Además La Vencedora elaboraba múltiples variedades de tabaco entre las que podemos mencionar: FRANCÉS EXTRA, IMPERIAL ALEMÁN, FEDERICO III, EL CRIOLLO, RÉ D´ITALIA, VENEZIA, CABURÉ, CALANDRIA y CAPRERA.



Los cigarrillos RADIUM fueron anotados por Fermín Subízar el 20 de febrero de 1904 (acta Nº 13244). Eran elaborados con tabaco habano extra y en su marquilla aparecen ilustraciones de rostros femeninos de claro estilo *Art Noveau*. Es interesante el comentario que se hace sobre este elemento químico: "pesa cerca de tres mil veces más que el oro puro", cuando de hecho su densidad es bastante menor que la del oro.

El Radio había sido descubierto en 1898 por Pierre Curie y Maria Skłodowska-Curie y para 1904 aún no se conocían en detalle sus propiedades físicas. Sin embargo, es notable que un descubrimiento científico haya llegado tan rápidamente a convertirse en una marca comercial de cigarrillos. Fuera de los metales preciosos (oro, plata, platino) es muy raro que haya nombres de elementos químicos en la industria del tabaco. La marca fue renovada sucesivamente por la C. A. T. en 1914 y por Piccardo en 1924, aunque para 1918 ya había dejado de venderse.

De los cigarrillos TORPEDO ARGENTINO recién hallamos registro en 1917 a nombre de la C. A. T., aunque hay una inscripción previa de la marca TORPEDOS en 1907 hecha por Subízar. El nombre alude probablemente a los seis buques torpederos de

primera clase Yarrow, encargados por la Armada Argentina en 1890 el astillero Yarrow & Co. a un costo de £ 12.600 cada uno.[285]

Los buques fueron bautizados como Bouchard, Bathurst, Thorne, Jorge, King y Pinedo y llegaron a la Argentina entre 1890 y 1892. Fueron comprados teniendo en cuenta un hipotético conflicto con Chile, por lo que luego de la firma de los Pactos de Mayo de 1902 pasaron a tener una discreta actividad, siendo finalmente desguazados en la década de 1920 y vendidos como material de chatarra.

Como ya hemos destacado las marcas de 10 centavos el atado estaban destinadas a los sectores de menores recursos y por lo tanto solían tener nombres ligados a hechos cotidianos de uso común. Por ejemplo los cigarrillos BOMBERO fueron inscriptos por Subízar el 24 de abril de 1909 y les correspondió el acta Nº 26070. Tanto la C. A. T. como Piccardo realizaron las reinscripciones pasados los primeros 10 años. En el reverso de esta marquilla aparece el logotipo de La Vencedora (registrado por Subízar en noviembre de 1902) en donde se ha adaptado a Marianne, la alegoría de La Libertad francesa, reconocible por la espada, la bandera y el gorro frigio.

Estos cigarrillos aluden a la primera Sociedad de Bomberos Voluntarios que se formó en la Argentina en 1884.[286] La gran inmigración europea que llegó a nuestro país a partir de 1880, y que mayormente se asentó en la Capital Federal y sus alrededores, obligó a organizar un cuerpo de defensa para las viviendas y demás construcciones. En aquellos tiempos las casas eran casi todas de madera y zinc, y por eso ofrecían un continuo y serio peligro para la población. Dentro de los grandes contingentes de inmigrantes que se embarcaron para América, sin saber adónde iban ni cómo eran esas lejanas regiones, la colonia italiana fue la primera en destacarse al fundar la “Sociedad Pompieri Voluntari Della Boca”. Un pequeño grupo liderado por Lázaro Baglietto, Tomás Oreste Liberti y Luis Polinelli, promovió la formación de la Asociación de forma tal que el 2 de junio de 1884 se creó la primera Sociedad de Bomberos Voluntarios de la República, que contó con el incondicional y amplio apoyo de todos los pobladores del tradicional barrio porteño. En honor a esta sociedad en esa fecha se celebra en el país el día del Bombero Voluntario.

La primera intervención del cuerpo de bomberos voluntarios de la Boca fue en noviembre de 1885 en un gran incendio de la fábrica de velas de Barracas al Sud. Debido a su muy eficaz labor, la Capitanía del puerto de la Capital cedió al cuerpo dos bombas a vapor que fueron bautizadas con los nombres de José Fernández y Argentina.

Extrañamente, en noviembre de 1889, el presidente Juárez Celman dictó un decreto por el cual se prohibía al cuerpo de Bomberos Voluntarios de la Boca concurrir a los incendios. Al poco tiempo de asumir Carlos Pellegrini anuló el decreto, medida que fue recibida con gran júbilo por toda la población.

El primer edificio de la sociedad se inauguró en junio de 1900 siendo apadrinado por el presidente Roca y por la marquesa Luisa Malaspina, esposa del embajador italiano. El inmigrante italiano Oreste Liberti, nacido en 1860, es reconocido como el primer Bombero Voluntario del país y primer Comandante de los Bomberos Voluntarios de la Boca. La frase que siempre los alentó es “Volere e Potere” (Querer es Poder); nombre que se colocó a la primera bomba a mano que pudieron adquirir para comenzar con las diversas intervenciones.



En cuanto a los cigarrillos EL MISIONERO, estos fueron inscriptos por Subízar el 29 de mayo de 1905 y, al igual que muchas marquillas de La Vencedora, tanto la C. A. T. como Piccardo renovaron el registro luego de transcurridos los diez años, aunque dejaron de venderlos al público. Estos cigarrillos eran elaborados con tabaco negro proveniente de Río Novo, estado de Minas Gerais, en la región sureste de Brasil. Como puede observarse en la cara principal de la marquilla, su nombre está relacionado con los primeros misioneros españoles de América Latina[287] quienes adoptaron como modelo de evangelización para nuestro continente la metodología de destruir los lugares sagrados y los objetos religiosos de culto de los indígenas, porque eran paganos y antagónicos con las creencias cristianas. Los misioneros de la fe católica primero ordenaban a los propios indígenas que destruyeran sus pertenencias culturales y, si no obedecían, entonces acudían los militares quienes lo hacían con extrema violencia.

De esta forma la cristianización americana acabó premeditadamente con las autoridades y valores antiguos de los pobladores originarios, haciéndolos aparecer como perversos e inadmisibles para la fe cristiana. La religión católica estuvo íntimamente ligada a la opresión colonial, ya que en su afán por convertir los indígenas al cristianismo, utilizó la violencia como método de extirpación de cultos autóctonos. Fue así como se desvalorizaron las creencias ancestrales del indígena, con la convicción de portar una religión y cultura superiores. La conversión militarizada realizada por los misioneros españoles defendía la fe más en los campos de batalla que en la mente y en el corazón. Eso motivó que los pueblos originarios americanos aceptaran solo externamente al cristianismo, conservando sus creencias y costumbres por debajo de la fe católica.



Curiosamente los cigarrillos RÍO NOVO y los BOTAFOGO fueron anotados en la Oficina de Patentes y Marcas con idéntico diseño en el que solo cambiaba la denominación de la marquilla. Como ambos nombres lo indican estaban elaborados con tabaco brasileño de la zona de Río Novo. Los primeros se inscribieron el 08 de julio de 1908, los segundos el 02 de diciembre del mismo año y fueron los que finalmente salieron a la venta. Botafogo es un barrio de clase media de la zona sur de la ciudad de Río de Janeiro, con una población de 80.000 personas. Este barrio es reconocido por la clásica postal turística de la ensenada de Botafogo, una playa de 700 metros en forma de medialuna sobre la Bahía de Guanabara con vista hacia el morro Pão de Açúcar. Llamativamente, mientras aún estaba vigente el derecho de La Vencedora sobre la marca, Pedro Carlos Noble inscribió a los cigarrillos BOTAFOGO (20 de agosto de 1917, acta Nº 58688), pero referida al notable caballo de carreras que dominó las competencias del final de la década de 1910.

Los cigarrillos MIMÍ fueron inscriptos el 01 de noviembre de 1902 (acta Nº 11193) y es la primera marca que aparece en la Oficina de Patentes y Marcas a nombre de Fermín Subízar. Como la última marca registrada por Pedro Somay fue a fines de abril de 1901, esto nos indica que el traspaso de La Vencedora se produjo durante ese año y medio de lapso. Por su diseño parecen haber estado destinados a las mujeres fumadoras, aun cuando se trata de cigarrillos de 10 centavos. El nombre de la marca, la presencia de un rostro femenino y de una pareja, tratan de formar una imagen de aceptación de estos cigarrillos dentro del mercado consumidor femenino. A pesar de que la figura de la mujer era empleada por casi todas las manufacturas de cigarrillos en sus distintas marcas, no hay muchos ejemplos de la utilización comercial de nombres femeninos en la industria del tabaco. Además de MIMÍ, podemos mencionar YOLANDA (fabricados por Federico Hormann), AURORA (de Miguel Barros), DIANA (de León Durán) y REINA VICTORIA (de Bernardo Dirube).



Los MONO SABIO quizás lleven uno de los nombres más insólitos, y a la vez originales, asignados a una marca de cigarrillos. En pleno auge de la teoría evolutiva de Darwin se creía que en algún momento los monos serían capaces de realizar tareas humanas, como leer, ejercer la medicina o atender una zapatería. El 20 de agosto de 1908 Subízar registró esta inaudita marca que se vendía en carteritas de 10 centavos los 14 cigarrillos y le asignaron el acta Nº 23969. Desafortunadamente no tuvo una larga historia, si bien tanto la C. A. T. como Piccardo la renovaron en 1918 y 1929.



Otras dos marcas de 10 centavos elaboradas por la manufactura La Vencedora y que aparecen en los registros de la Oficina de Patentes y Marcas son VALLE DE CHICOANA (anotada en marzo de 1905) y FLORETE (inscripta en febrero de 1907). La primera se refiere a una zona tabacalera argentina por excelencia ubicada en el Valle de Lerma en la provincia de Salta, en donde se cultivó tabaco al menos desde 1785 cuando se estableció en esa provincia la Administración General y la Factoría de la Renta del Tabaco.[288] La segunda marca es una más de las muchas relacionadas con algún artefacto de uso militar, en este caso una de las tres armas de la esgrima junto con la espada y el sable.

Los cigarrillos ¡UPA! tomaron su nombre de una expresión que se usa en algunos países de habla hispana para alzar en brazos a los bebés y niños pequeños. La marca fue inscripta por La Vencedora de Fermín Subízar y Cía. el 21 de noviembre de 1902 y le correspondió el acta Nº 11195. Se vendían a 20 centavos la carterita de 14 cigarrillos con la característica particular que en su cara posterior aparecían fotograbados de diferentes bebés. Probablemente la firma de Subízar haya apelado al recurso de utilizar tiernos niños para convencer a los fumadores de las bondades de los cigarrillos UPA. La marca no fue renovada por la C. A. T. así que su existencia fue muy efímera.

LA TOMA, anotada el 13 de marzo de 1905, era otra de las marcas de 20 centavos de la tabaquería de Subízar. No hemos podido establecer el significado del nombre, más aun considerando que en la cara posterior de la marquilla aparece un dibujo del dios griego Hermes (o su equivalente romano Mercurio), conocido como el mensajero de los dioses. Una ilustración similar se utilizó en los cigarrillos CADETE, elaborados por La Sin Bombo.



Los VIATOR estaban en el rango superior de precios y se vendían a 30 centavos el atado. Su nombre significa caminante o constructor de caminos. Fueron registrados el 21 de diciembre de 1905 y en la marquilla también aparece la imagen de Hermes con su sombrero alado o petaso. Esta marca fue renovada periódicamente por Piccardo al menos hasta 1946.



La última marca que presentamos es NOBLES, también de 30 centavos e inscripta en mayo de 1906, aunque existe un registro previo de noviembre de 1902 para una marquilla en formato de carterita.

Desde octubre de 1911 La Vencedora ya formaba parte de la Compañía Argentina de Tabacos y la mayoría de sus marcas comerciales dejaron de fabricarse. Hacia 1918 la C. A. T. seguía elaborando las marcas de cigarrillos BOTAFOGO, BOERS, VERY GOOD y NEGROS picadura para armar, todos de 10 centavos y EL INTRÉPIDO de 30 centavos, además de los tabacos LOUBET, EL CRIOLLO, LA PALMA, CAPRERA, RÍO NOVO, RE D'ITALIA, VENEZIA, MULITA, CIERVO, VENCEDORA y CABURÉ.



La Fábrica de Tabacos a Vapor La Suiza



Saliendo de la ciudad de Buenos Aires, la Fábrica de Tabacos a Vapor La Suiza, establecida en Rosario del Santa Fe, fue probablemente la más importante del interior del país. Fue fundada[289] por los inmigrantes italo-suizos Testoni y Chiesa entre los años 1889 y 1890. Para mayo de 1891 la manufactura se había mudado a Urquiza 252 frente a la ya establecida ferretería de Chiesa hermanos.[290] Hacia 1893 la planta de la calle Urquiza (que iniciando 1897 cambió la numeración a Urquiza 1052)[291] ocupaba una superficie de 3000 metros cuadrados en la que producían más de 13 millones de cigarros de todas clases por año. El establecimiento elaboraba el tabaco en todas sus formas, incluyendo el rapé y extracto de tabaco; ocupaba entre 200 y 250 personas (de las cuales unas 150 eran mujeres) y pronto trascendió su natal Rosario, en donde fue el primer establecimiento en producción de la ciudad, instalándose en Buenos Aires.



En 1898 la firma tenía sucursales en la calle Chacabuco 92-94 y en Av. de Mayo 646 de la Capital Federal, y para principios del siglo XX su casa porteña estaba situada en la típica esquina de Florida y Corrientes, figurando su dirección indistintamente como Florida 394 o Corrientes 604-632.

La fábrica central tenía equipamiento de primer nivel, con un motor de 30 HP movido por una caldera a vapor de 60 HP; varias máquinas, prensas, empaquetadoras, cuchillas, guillotinas, un secadero a fuego directo, una estufa de piedra (importada de Suiza) de 20 metros cúbicos de capacidad para estacionar cigarros finos y una estufa para 300.000 cigarros. Poseía su propio aserradero y carpintería sobre 2000 metros cuadrados, donde se producían los embalajes y cajones para los cigarros y cigarrillos.

Además de la producción tabacalera, las familias Testoni y Chiesa tenían intereses en la importación, en talleres, construcción y comercio. Por ejemplo Chiesa Hermanos era dueño, al menos desde 1891, de una Casa Introductora de Corralones en la que se vendían artículos de ferretería, pinturería, fierros, maderas, efectos navales, máquinas agrícolas, motores, trilladoras, etc. en cuyo logo aparecía la cruz blanca de la bandera de Suiza. Los comienzos de la familia Chiesa se remontan al año 1870 cuando llegan desde la ciudad natal de Chiasso, Suiza (muy cercana a la frontera con Italia) los jóvenes hermanos Aquiles (1851-1921, Rosario), Pedro (1954-1940, Rosario) y Antonio (1958-1935, Rosario).[292] Al poco tiempo adquieren a la familia Máspoli una pequeña tienda de implementos agrícolas en la localidad de Esperanza, Santa Fe, que poco después se traslada a Rosario. Luego de más de 100 años los descendientes aún continúan con la actividad en el rubro ferretero.[293]




G. B. Testoni Carlos Barioni
Testoni, Chiesa y Cia.
«La Suiza», Fábrica de tabacos, fundada en 1889

Por el lado de Juan Bautista (Giovanni Battista) Testoni sabemos[294] que nació el 15 de octubre 1849 en Castello Zurate, provincia de Como, Italia. Cursó estudios de negocios en Milán y llegó al país[295] en el año 1864. Testoni tuvo seis hijos nacidos en la Argentina uno de los cuales (Osvaldo) fue legislador provincial[296] y además ocupó un cargo directivo cuando se formó la Compañía Argentina de Tabacos en 1911. Testoni se estableció inicialmente en la provincia de Entre Ríos, donde se dedicó a la fabricación de cigarros. Permaneció allí aproximadamente hasta el año 1883, trasladándose luego a Rosario del Santa Fe, donde fundó en 1890 la Fábrica de Tabacos a Vapor La Suiza. Testoni era miembro del Circulo Italiano, y una persona muy activa e inteligente para manejar las transacciones comerciales de su empresa. Juan Bautista Testoni murió en 1912 en Italia.



"LA NUEVA SUIZA"

Marzo 1º 1901—Chiesa, Berta y Cia.—Distinguir cigarros, cigarrillos, tabacos, rapés fosforeras, cigarreras, pipas, boquillas papel de fumar y demás artículos de cigarrería. v-8- marzo.

También pertenecía a La Suiza don Carlos Barioni[297] nacido en el Cantón suizo-italiano de Tecino en 1848. Barioni[298] llegó a Montevideo[299] en 1863 dedicándose al comercio del tabaco. De allí pasó a Paysandú, donde permaneció hasta 1885. En 1887 fundó la Sociedad Suiza de Socorros Mutuos de Concepción del Uruguay, Entre Ríos, de la cual fue su primer presidente.

En esa misma ciudad se estableció la firma Barioni y Chiesa, propietarios de la cigarrería La Nueva Suiza,[300] que elaboraba cigarros con tabacos de distinto tipo: Virginia, negro, hebra brasileño, picadura Bahía, caporal, etc. También elaboraban rapé francés y siciliano. En 1890 se trasladó a Rosario de Santa Fe, donde se asoció con su compatriota Bautista Testoni, instalando la Fábrica de Tabacos a Vapor La Suiza de la que era su director a fines del siglo XIX.

En marzo de 1901 aparece en el Boletín Oficial la inscripción de La Nueva Suiza en Rosario, pero en esta ocasión a nombre de Chiesa, Berta y Cía. que se instaló en la calle Paraguay 962. Elaboró, entre otras, las marcas TIRADORES ARGENTINOS, ROSARIO y VICUÑA, esta última similar a los GUANACO fabricados previamente por La Reforma, de San Marco, Laurent y Jamardo.



Fuera de la Argentina, más precisamente en la República Oriental del Uruguay, existía a principios de 1880 un tabaquero llamado José Chiesa dueño de la fábrica La Nueva Suiza con domicilios en Juncal 145 de la ciudad de Montevideo y Sarandí esquina Cerrito en Paysandú. Una de sus marcas propias eran los cigarrillos especiales del CORONEL SUIZO. La firma comercializaba cigarrillos, cigarros y tabacos de todas las clases, tanto al por mayor como al menudeo y se especializaba en cigarros habanos, bahía, suizos y toscanos. José Chiesa, participó de la Exposición Continental Sudamericana de 1882 representando a Paysandú[301] con varios de sus productos: tabaco uruguayo, rapé imitación francés, hebra imitación habana, cigarrillos habano negro y habanillos, tabaco cosechado y confeccionado por el expositor, etc. En los registros aparece como "cigarrero suizo" y obtuvo una mención honorífica por la calidad de sus cigarrillos, tabaco y

rapé. No tenemos datos concretos sobre la relación de José Chiesa con los hermanos dueños de la ferretería en Rosario, pero resulta más que sugestiva la conexión entre la actividad tabacalera de los Chiesa (y de Barioni) en ciudades muy cercanas como Concepción del Uruguay en Argentina y Paysandú en Uruguay, por lo que no debe descartarse que haya existido algún grado de parentesco cercano.

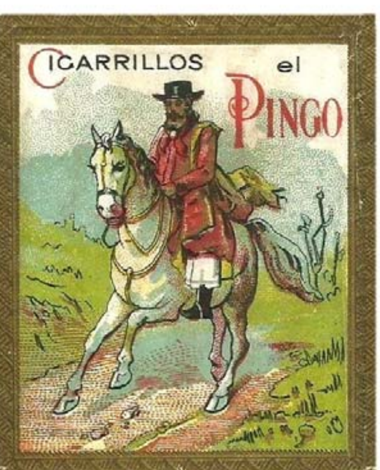


Entre las marcas más antiguas de la firma Testoni, Chiesa y Cía., registradas antes del año 1900, podemos mencionar MAUSER ARGENTINO y EL PINGO para cigarrillos; EL SOL, LEGIÓN ÍTALO ARGENTINA y MARINA en cigarros y CERRO CORÁ para tabaco Virginia rubio. La primera fue registrada en mayo de 1895 y el resto entre 1897 y 1898. Por el lado de los cigarros, al principio elaboraban imitaciones de los toscanos de la Régia Italiana del Regno D´Italia confeccionados con tabaco local y desde 1896 comenzaron a venderlos con el nombre de LA SUIZA, que también identificaba a la fábrica. Problemas legales (en 1898 se le incautaron casi medio millón de cigarros falsificados, y más de cincuenta mil fojas que se utilizaban para las etiquetas)[302] los llevó a perder un juicio con el representante en la Argentina de la Régia Italiana y obligó a que desde 1902 la firma cambiara su denominación comercial a Testoni, Chiesa y Cía.

Pedro Salaberry[303] se dedicó al rubro del tabaco al menos desde 1864, establecido en la calle Bolívar 26 en Buenos Aires. Hacia 1880 registraba domicilio en la calle Moreno 114 y también en Perú 211. Una de sus marcas más acreditadas era la de los cigarrillos EL PINGO, cuya marquilla presentamos. El ejemplar es de alrededor del año 1881 y lo imprimía la litográfica Del Plata, con domicilio en la calle Cuyo 73. Testoni, Chiesa y Cía. inscribió esta marca como propia en la Oficina de Patentes y Marcas el 01 de diciembre de 1898 y le correspondió el acta Nº 7305. Estos cigarrillos estaban destinados a las clases populares y se vendían a 10 centavos la carterita de 14 unidades. La marquilla traía ilustraciones variables en sus caras que estaban relacionadas con la vida en el campo, y series de versos gauchescos en su interior. Justamente, en la Pampa argentina la palabra “pingo” se asocia a los caballos más salvajes y briosos. Los derechos comerciales sobre la marca fueron renovados por la C. A. T. en el año 1918, aunque se discontinuó su venta.







Hacia 1924 La Compañía Nacional de Tabacos (luego Compañía Nobleza de Tabacos) registró y sacó a la venta la marca PINGO.



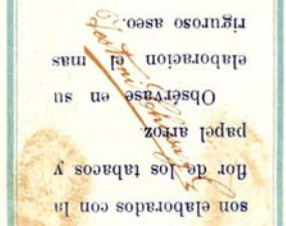
Los MAUSER ARGENTINO se vendían en carteritas de 20 centavos que contenían cigarrillos de mediana calidad, elaborados con tabaco habano superior, contenidos en papel arroz y de sabor suave. Tenían el formato de carterita alargada y eran impresas en la litografía de la Compañía General de Fósforos de Buenos Aires. En la cara frontal de la marquilla aparece el dibujo de un fusil acompañado por decoraciones de flores y formas geométricas. El nombre se deriva del arma alemana fabricada por la firma Ludwig Loewe de Berlín.



A fines de la década de 1880, y por un probable conflicto con Chile, se formó una Comisión de Armamentos liderada por el Tte. Gral. Pablo Ricchieri, la cual se estableció en Europa a fin de negociar con la firma la compra de un fusil de repetición derivado del fusil Mauser 1889 Modelo Belga, que se denominó "Mauser 1891 Modelo Argentino".[304] De este modelo se compararon unos 200.000 fusiles y millones de cartuchos, quedando así equipado el Ejército Argentino con el entonces considerado como mejor fusil del mundo.

Como obsequio a los fumadores de la marca, en los cartones de 20 atados venían folletos sobre los temas: "Manejo del Mauser", "Teoría de tiro", "Límites con Chile". En las etiquetas se reproducían distintas escenas ligadas al quehacer militar, desde la forma en que la artillería alista los cañones, hasta una ilustración del Crucero 25 de Mayo. Este fue un buque de vapor construido en los astilleros W. Armstrong, Michel & Co., en Newcastle, Inglaterra. Fue encargado en 1890 por el gobierno argentino encabezado por el presidente Miguel Ángel Juárez Celman, ante la conflictiva situación con Chile por las disputas respecto de la aplicación del Tratado de 1881. Llegó al país en 1891 permaneciendo activo hasta 1921, año en el que fue desguazado.



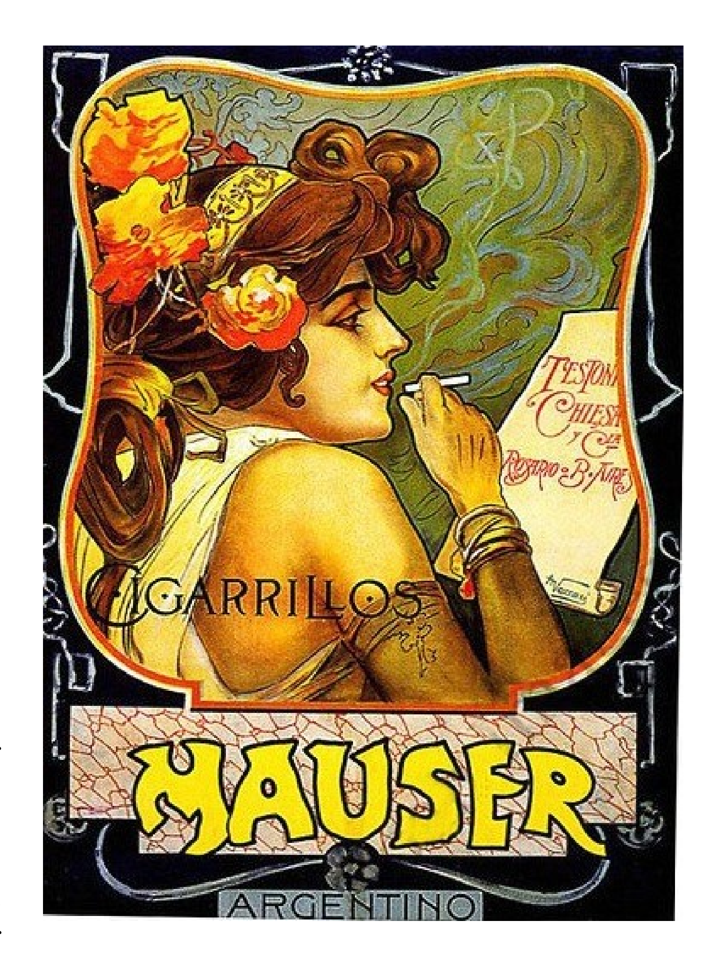


Para completar el diseño de la etiqueta los paquetes llevaban dibujos variables de mujeres en una de sus caras internas, y una leyenda resaltando la calidad de los tabacos y del papel utilizados, juntamente con las condiciones higiénicas en las que eran elaborados.









El 18 de mayo de 1905 la firma renovó los derechos comerciales sobre la marca, asignándosele el acta Nº 15476. En la ilustración del Boletín Oficial la marquilla aparece con el formato de carterita cuadrada.

El póster de muy definido estilo modernista que presentamos tiene a una hermosa dama en primer plano en la que se trasluce el puro placer de fumar, uniéndose con un elaborado fondo que le da al trabajo una visón casi mágica. La ilustración es obra del italiano Alfredo Vaccari según un sitio de subastas,[305] sin embargo es muy probable que en realidad se trate del escultor y pintor Antonio Vaccari, inmigrante italiano que obtuvo premios en los dos concursos de los cigarrillos PARÍS y realizó ilustraciones para las publicidades de distintas tabaquerías.

Los cigarrillos MAUSER ARGENTINO también aparecieron en la obra literaria del escritor paraguayo Augusto Roa Bastos (1917-2005). En su libro *El Trueno entre las Hojas* (1953), uno de los cuentos se llama *Cigarrillos Mauser*. El personaje es un muchacho de doce años que accede al sexo, el alcohol y el tabaco por medio de una mujer negra. En él podemos leer:

…Ese paquete de cigarrillos, no de tabaco, más vale de crespa pólvora amarilla, tóxico trueno silencioso de nicotina en la boca de un chico de doce años, marcó el fin de la iniciación.

Pero aún sin ese paquete de etiqueta verde, con el máuser pintado a través, sin esos cigarrillos fumados a escondidas en el monte…



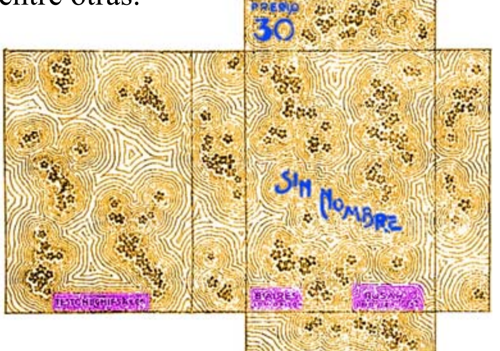
Como muchas otras firmas de la época, Testoni, Chiesa y Cía. también incluían figuritas en sus paquetes de cigarrillos. En una marca típicamente masculina, la infaltable presencia femenina se utilizaba para atraer nuevos fumadores.

Los MAUSER ARGENTINO CANARIOS son una rara variante de la marca del fusil de repetición, cuyo nombre probablemente se deba al color amarillo. No hemos podido hallar cuándo fue inscripta en la Oficina de Patentes y Marcas, por lo que no hay que descartar que se trate de una prueba de fábrica y que nunca hayan salido a la venta.



La C. A. T. en 1915 y Piccardo en 1925 realizaron las renovaciones respectivas de la denominación comercial, pero hacia 1918 la marca ya había sido quitada del listado de productos ofrecidos por la C. A. T.

Luego de 1900, y hasta la venta de los activos y las marcas a la Compañía Argentina de Tabacos a fines de 1911, La Suiza registró varias marcas de cigarrillos y tabacos. Entre las primeras podemos mencionar a los CHARRÚA, LA SUIZA, LA HIJA DE LA SUIZA, QUO VADIS, VENCEDOR y TRIUNFO (1901); EL COLONO y SIN NOMBRE (1904); MUNDIALES (1906). Entre los tabacos, que en algunos casos también se vendían como cigarrillos armados, estaban la muy acreditada CERRO CORÁ, SAVOIA, ESQUISITOS, MARINA, IRIS, PIEMONTE REALE, RIPAMONTI, entre otras.





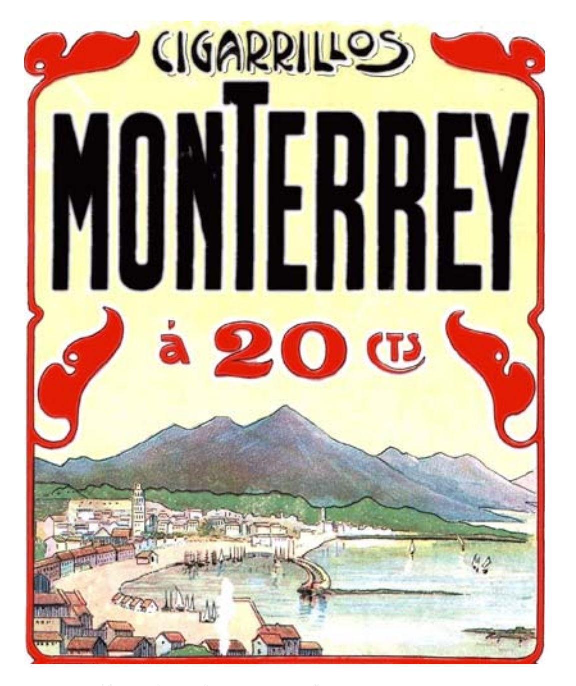
Mostramos a modo de ejemplo imágenes tomadas del Boletín Oficial y coloreadas en forma artificial de los cigarrillos SIN NOMBRE de 30 centavos, uno de los más caros elaborados por La Suiza, inscriptos el 03 de noviembre de 1904, acta Nº 14317. Tuvieron como competidor anónimo a los SIN MARCA fabricados por Ariza Hermanos y Cía. a fines de la década de 1910. En el segmento económico estaban los VENCEDOR de 10 centavos, marca renovada por Piccardo al menos hasta 1931. En la franja de 20 centavos aparecen los cigarrillos RADICALES, marca previamente utilizada por Manuel Méndez de Andés, y también inscripta por Alfredo Olivari en 1910, Francisco Gómez en 1912 y Evaristo Vitalio en 1930, además de ser renovada por Piccardo al menos hasta 1943. También hemos hallado registros de otras marcas ligadas al partido de Alem como RADICAL, SIEMPRE RADICALES y UNIÓN CÍVICA RADICAL.

Completamos esta descripción presentando tres marquillas de tabaco de diferentes épocas. IRIS fue registrada por La Suiza en 1909 y fue renovada sucesivamente por la C. A. T. y luego por Piccardo, aunque a partir de principios de la década de 1920 Piccardo utilizó esta marca para su línea de tabacos y cigarrillos egipcios. Las marquillas de tabaco Bahía y Habano con un hermoso estilo modernista, son ya de la época en que Piccardo se había hecho cargo de la C. A. T. (1919), como se deduce por la dirección de la manufactura que aparece en la etiqueta.









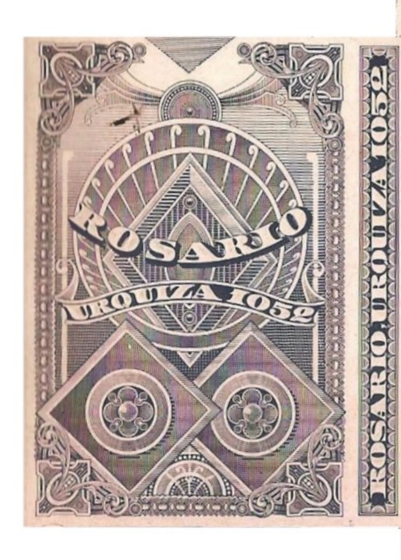
Aunque algunas marcas de La Suiza tuvieron un éxito considerable de ventas, sin lugar a dudas la marca que identifica inmediatamente a la empresa de Testoni, Chiesa y Cía. es la de los cigarrillos MONTERREY. La denominación probablemente se refiere de la ciudad mexicana homónima, ya que en una de las caras de la marquilla hay un dibujo del espectacular Cerro de la Silla, emblema de la ciudad fundada a fines del siglo XVI rindiendo homenaje Gaspar de Zúñiga y Acevedo, Conde de Monterrey, entonces virrey de la Nueva España. El nombre también podría estar ligado al Hoyo de Monterrey, una plantación tabacalera ubicada en San Juan y Martínez, en el corazón de la región cubana de Vuelta Abajo. La plantación del Hoyo de Monterrey tiene en su puerta de entrada la famosa inscripción “Hoyo de Monterrey - José Gener - 1860”, refiriéndose al catalán José Gener quien utilizó por primera vez el nombre de esta Vega para una marca de tabaco en el año 1865.

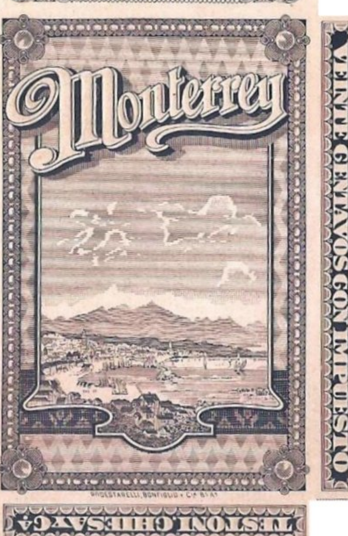




La marca MONTERREY fue inscripta por Testoni, Chiesa y Cía. el 13 de mayo de 1901 (acta Nº 9754), Si bien tenía en el formato de carterita de catorce cigarrillos y se vendía a un precio de 20 centavos, su diseño era distinto al más reconocido. La marquilla original mostraba en el frente a una mujer y un niño y en el reverso el logo con el escudo de La Suiza y los nombres de sus propietarios. Las caras internas eran idénticas a las del diseño clásico.

Solo un año y medio después, el 11 de septiembre de 1902, la empresa vuelve a registrar la marca (acta Nº 10959), pero ahora con la marquilla más reconocida. No sabemos la razón de un doble registro en un lapso tan breve de tiempo, pero estimamos que pudo deberse al fallo judicial que prohibió el uso del nombre La Suiza a la firma de Testoni, Chiesa y Cía.

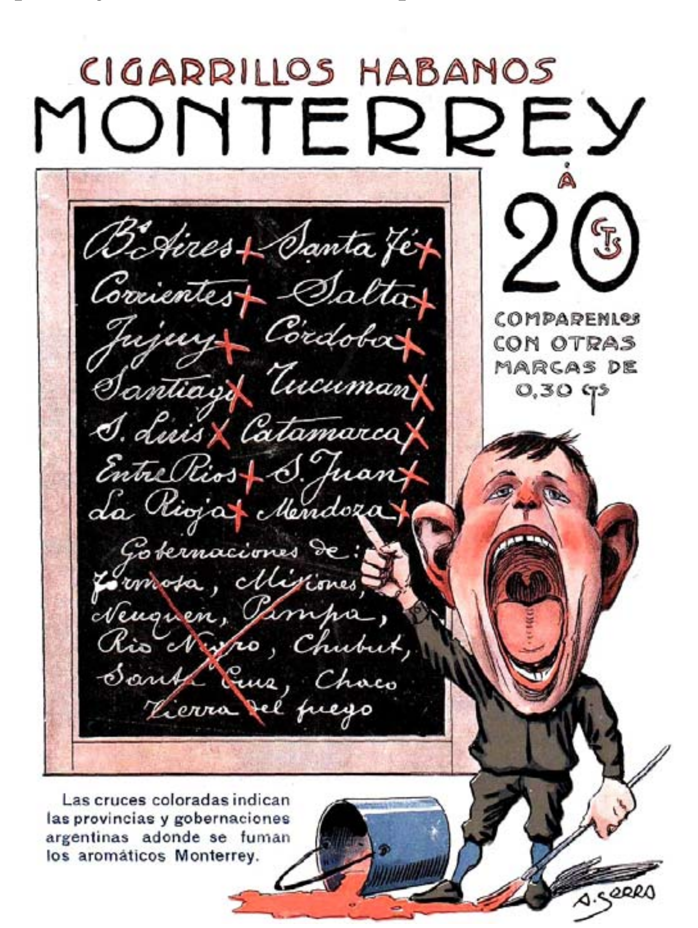




Los MONTERREY gozaron de un singular éxito. En mayo del año 1903 ya se vendían más de un millón de atados de cigarrillos por mes y en 1908 llegaban casi a los 3 millones, siendo así una de las marcas líderes en ventas.

La manufactura La Suiza siempre resaltó que estos cigarrillos estaban hechos con puro tabaco habano y para ello publicó en forma semanal[306] desde abril hasta septiembre de 1903 los comprobantes de la Dirección General de Aduanas y de la Administración General de Impuestos Internos, acompañados del siguiente texto:

Los cigarrillos MONTERREY son elaborados en nuestra casa exposición, calle Florida núm. 394, esquina Corrientes, a la vista del público, y en la que, además de examinar y probar el tabaco con que son elaborados, pueden los señores consumidores constatar que, aparte de emplearse la mejor marca de papel Riz, se observa en la elaboración la más rigurosa higiene. En atención a nuestros favorecedores que no han visitado nuestros establecimientos situados en calle Urquiza, núm. 1052, Rosario, y en Florida y Corrientes en Buenos Aires, ofrecemos copia de los documentos perfectamente legalizados y que se encuentran expuestos al público en las vidrieras de nuestras casas; y por cuyos documentos se comprueba la calidad de Tabaco Habano que se emplea en los cigarrillos MONTERREY. Los documentos a que se refieren las escrituras cuya copia va a continuación, serán publicados en esta revista, como asimismo todos los correspondientes a las partidas de tabaco Habano que seguiremos recibiendo mes a mes.



Para mediados de 1906 los cigarrillos MONTERREY eran promocionados como "los mejores y los de mayor venta en Sudamérica". Su distribución abarcaba ciudades en todos los distritos del país, tal cual se destaca en la publicidad aparecida en *Caras y Caretas*.[307] Si bien a principios del siglo XX nuestro país poseía una división política similar a la actual, algunos territorios del norte y la Patagonia completa tenían, por ley nacional N° 1.532 del 16 de octubre de 1884, la categoría de gobernaciones o Territorios Nacionales. A fines del segundo gobierno de Perón (entre 1953 y 1955), la mayor parte de estas gobernaciones fue provincializada. El último territorio en transformarse en provincia fue Tierra del Fuego, que recién cambió su estatus político en 1991.

En octubre de 1910 Testoni, Chiesa y Cía. inscribió la variedad de MONTERREY de 30 centavos, fabricada con puro tabaco habano. El diseño tenía en el frente y el reverso las mismas ilustraciones que la carterita de 20 centavos, pero era del formato apaisado con los 14 cigarrillos en un solo compartimento, utilizado mayormente en los cigarrillos de mayor precio. El registro de los MONTERREY de 30 centavos fue renovado sucesivamente por Piccardo y por su firma controlada, la Compañía Tabacalera SA, al menos hasta 1941.



Los avisos políticos de los cigarrillos MONTERREY



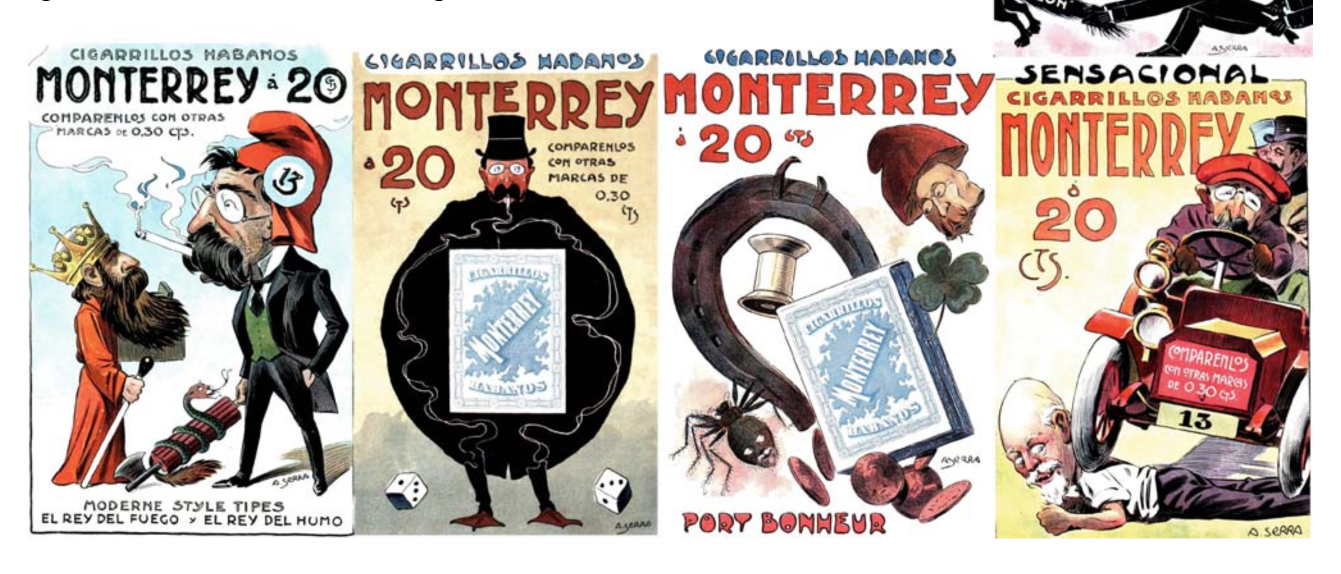
Una buena parte del éxito de ventas obtenido por la marca se basó, sin lugar a dudas, en la intensiva publicidad de los MONTERREY en los medios gráficos. Si analizamos los avisos que aparecieron en *Caras y Caretas*, encontramos que prácticamente todas las contratapas de la revista, entre abril de 1906 y octubre de 1909, contenían avisos a todo color de los cigarrillos MONTERREY. En total registramos más de 170 contratapas en uno de los espacios publicitarios más caros de la época.

Casi la totalidad de estos avisos fueron obra del notable ilustrador y caricaturista A. Serra, aunque hubo algunos trabajos de C. Barioni y de Benavente. Las publicidades se basaban en temas ampliamente utilizados por las demás tabacaleras: el patriotismo y las tradiciones, el estatus social, las mujeres y el humor. Pero la firma Testoni, Chiesa y Cía. seguramente quedará en el recuerdo porque en sus avisos utilizó en forma continua la publicidad con personalidades de la política, un segmento poco explorado hasta entonces.

Los dos personajes principales de la vida política del momento, el presidente José Figueroa Alcorta, y el ex presidente Julio A. Roca aparecen genialmente caricaturizados por A. Serra en varias decenas de avisos. Como veremos más adelante, a Roca se lo conocía como "El Zorro" por su reconocida habilidad para manejar la política del país, y es por eso que en muchas caricaturas aparece el dibujo de este animal. A pesar de que Roca estaba formalmente retirado de la política, en las ilustraciones se lo dibujaba en situaciones de dominio y triunfo sobre Figueroa Alcorta, ya sea ganando una carrera de embolsados o peleando por el poder. En algún aviso incluso se llega a presentar al presidente vestido como la esposa de Roca y a sus ministros como los hijos del matrimonio.

Figueroa Alcorta,[308] por otro lado, fue bautizado como "Jettatore", apodo derivado de la obra de teatro en la que su personaje tenía extrema mala suerte o yeta. Se decía que podía provocar descarrilamientos, sequías, inundaciones o incendios. Siendo vicepresidente de Manuel Quintana falleció el ex presidente Mitre. Luego murió el propio Quintana y cuando asumió la presidencia murieron Pellegrini, Luis Sáenz Peña, Juárez Celman, y Bernardo de Irigoyen. El presidente chileno Manuel Montt murió luego de viajar a la Argentina por los festejos del Centenario. En su visita a Chile se cortó la luz en medio de una recepción para mil personas. Luego en el Gran Premio Centenario el caballo Pinche que llevaba las crines trenzadas con los colores de Chile y la Argentina, y por quien Figueroa Alcorta había apostado que ganaba, rodó en la pista y fue el único que no logró completar la carrera.

Por estas situaciones *El Diario*, la revista *P.B.T.* y los avisos de *Caras y Caretas*, satirizaban situaciones cuyo protagonista era “El Jetta” Figueroa Alcorta. Además de ridiculizarlo frente a Roca, muchas publicidades de MONTERREY enfatizaban la mala suerte que lo perseguía, e ilustraban unas veces al presidente con un número 13 en sus lentes, en el gorro, en sus aros de mujer o en su auto; otras veces aparecían herraduras o tréboles para combatir la “Jetta”.



Las propagandas de los cigarrillos MONTERREY también se destacaron por utilizar las celebraciones de las fechas patrias y religiosas como motivo para sus avisos. Cada año, cuando se aproximaba alguna festividad importante, los avisos cambiaban su tónica habitual por otra más acorde a la fecha que se conmemoraba. La serie que hemos seleccionado, todas ilustraciones de A. Serra, muestra los motivos que se utilizaban en estas fechas especiales. De las fiestas más tradicionales hay publicidades alegóricas a la Pascua, el 25 de mayo, el 9 de julio (en la que aparece Julio A. Roca), el 12 de octubre con el retrato de Colón y la referida al año nuevo. Un párrafo aparte merece el aviso en el que se saluda a los héroes del 20 de septiembre de 1870, fecha en que se rememora la caída del reino Papal por manos de las fuerzas de unificación italianas dirigidas por Víctor Manuel II, y los ya mencionados el Conde de Cavour y Giuseppe Garibaldi.

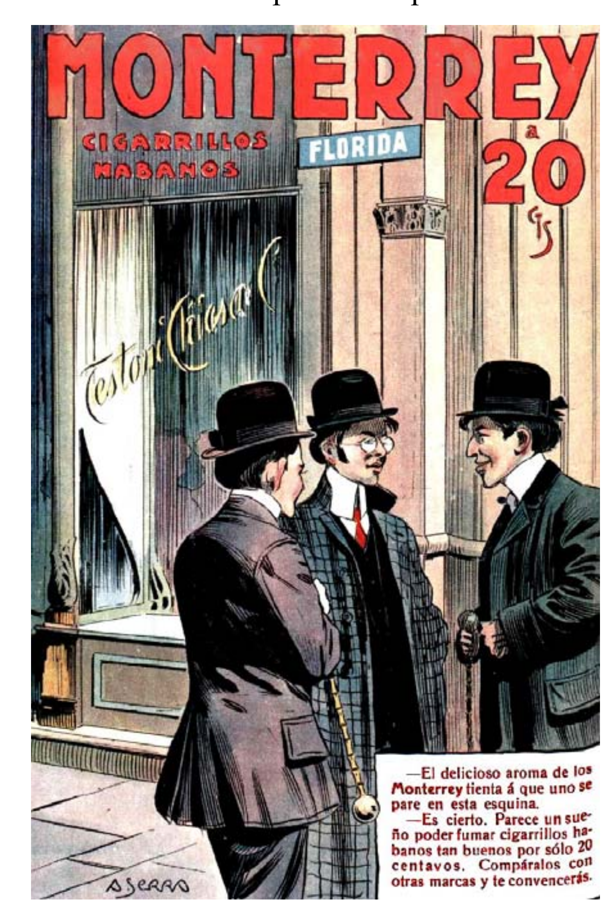


Otras formas de hacer publicidad

Si el objetivo es aumentar las ventas de una marca, todas las estrategias son válidas. Ya hemos visto muchas formas utilizadas por las distintas fábricas para imponer su producto sobre los de la competencia, y la firma Testoni, Chiesa y Cía. no fue una excepción en este aspecto. Desarrollamos a continuación algunos ejemplos que ilustran cabalmente la forma en que se hace penetrar una marca en el mercado de consumo, ya sea financiando una incipiente actividad como la aviación, que recién comenzaba a realizarse en el país, o expresando su solidaridad al pueblo chileno, castigado por un brutal terremoto a mediados de 1906.

Nace el primer aeródromo en el país

Luego de los primeros vuelos y exhibiciones que se desarrollaron en la ciudad de Buenos Aires, surgió la necesidad de contar con un aeródromo[309] en donde los aviones pudieran operar en forma segura. Aquellos vuelos precursores culminaron con un concurso por el Centenario de la Revolución de 1810 denominado "Semana de la Aviación" que se llevó a cabo durante tres fines de semana, entre el 23 de marzo y el 6 de abril de 1910, en la zona de Villa Lugano. Para que el concurso aéreo pudiera realizarse fue necesario construir una pista de dos kilómetros de longitud, ocho hangares (cuatro de zinc y cuatro de madera), el semáforo indicador de señales para los aviadores, una tribuna de 200 metros de largo, una fila de palcos y un acceso para los espectadores. Las instalaciones fueron completadas con dependencias para personal, talleres, provisión de agua por molino y bomba semisurgente. El aeródromo fue finalmente rodeado por un cerco de chapas de zinc para brindar una mayor seguridad.



El perímetro del aeródromo lo conformaban las actuales calles Chilavert y Larrazábal, y las avenidas Roca y Lisandro de la Torre, porque en esa época no había casi nada en el barrio de Villa Lugano. La empresa tabacalera Testoni, Chiesa y Cía., que era propietaria de setenta hectáreas en la zona, aportó el terreno para hacer el aeródromo. La idea de la tabacalera era crear un barrio dentro de Villa Lugano, poniendo especial énfasis en la urbanización y la higiene. La firma pretendía que ese nuevo barrio se llamara MONTERREY que, como ya comentamos, era su marca principal de cigarrillos, muy populares no solo en Buenos Aires y Rosario, sino en todo el país. Por diversas razones el proyecto finalmente no prosperó.

Al menos desde 1909 la firma Testoni, Chiesa y Cía. ya venía entregando a los fumadores de los cigarrillos MONTERREY terrenos en esa zona de la ciudad de Buenos Aires a cambio de las figuritas que venían en los paquetes. En este caso la cantidad de figuritas necesarias para un terreno de unos 200 metros cuadrados era de alrededor de 15.000, cantidad imposible de obtener solo con lo que un fumador consumía normalmente. Por ese motivo surgieron varios comerciantes que se dedicaban a negociar los cupones, figuritas y bonos que venían en los atados. En el caso particular de los cigarrillos MONTERREY todos los canjes de figuritas, ya fuera por lotes, suscripciones a *Caras y Caretas*, retratos, libras esterlinas o demás premios, eran realizados por la Cotizadora de Figuritas, propiedad de Nicolás Selva, con domicilio en la calle Corrientes 477. Esta era la única casa autorizada para el canje de las figuritas de los cigarrillos MONTERREY, según se anunciaba en varias publicidades[310] del momento:

…Además de este premio y los anunciados en sus catálogos, próximamente dará una vara de tierra en la Capital Federal, Parroquia de Vélez Sarsfield y entre las calles Olazábal, Chilabert, San Fernando (actual Lisandro de La Torre) y Riachuelo, por cada 50 figuritas de borde celeste. La extensión de los terrenos comprados y que regalará a cambio de las figuritas MONTERREY, comprende más de un millón de varas, las que serán divididas en lotes de 280 a 600 varas (entre 200 y 400 metros cuadrados).
Será facultad de la casa, ir ubicando los lotes a medida que se vayan presentando los interesados. Los que posean la cantidad suficiente de figuritas para obtener cualquiera de los lotes según las varas indicadas en el plano, podrán escriturar en el acto, siendo por su cuenta los gastos de escritura. Los que no tengan la cantidad suficiente para adquirir un lote, pueden ir retirando vales provisorios de una o más varas, hasta completar la cantidad de varas que contiene el lote.
NOTA: estos terrenos fueron comprados a don José Soldati por los señores Testoni, Chiesa, y Cía. quienes a su vez los ceden a la Cotizadora para que sean regalados a cambio de las figuritas MONTERREY.

Terremoto en Valparaíso, Chile

El 16 de agosto de 1906 se produjo un terrible terremoto en la ciudad de Valparaíso, Chile, que destruyó completamente el poblado y sus alrededores, dejando un luctuoso saldo de más de 3000 muertos y una cifra de heridos superior a los 20.000. El desastre fue el de peor magnitud hasta ese momento en el país trasandino y tuvo gran repercusión en la prensa regional, particularmente en la de nuestro país. Como forma de apoyo y solidaridad al sufrido pueblo chileno, la empresa Testoni, Chiesa y Cía., dueña de los cigarrillos MONTERREY publicó un sentido poema en la revista *Caras y Caretas*[311] en el que se destacaba la hermandad entre ambos pueblos y se expresaba todo el dolor que causó el luctuoso episodio. También se realizaban votos para que se produjera un pronto resurgir del vecino pueblo.

Hermanas

El terrible espectáculo se agranda
ante el que su dolor llorar quisiera
y no tiene ni lágrimas siquiera
preguntándose inquieto: ¿Dios lo manda?
¿Acaso es Dios á la piedad reacio?...
De la Bondad Suprema y de sí mismo
¡horror de los horrores!
duda quien vio agostados sus amores,
más grandes que la iglesia y el palacio
que en polvo convirtiera el cataclismo.
¿Qué pueden ni el valor ni el heroísmo
cuando la tierra, aliada de la muerte,
desoyendo oraciones y lamentos,
siente que se desquician sus cimientos
al soplo airado de la adversa suerte?
Cayó Valparaíso consternado,
sintió el pueblo argentino
el sollozar ahogado
que le elevaba en el país vecino
y al brotar en su pecho inexpresables quejas,
abominó las implacables
las injustas sentencias del destino.
¡Chile, Argentina! Hermanas en la historia,
hermanas en las luchas soberanas
con que lograron libertad y gloria
y, en el dolor que las confunde, hermanas,
tienen, cual en el triunfo el mismo gozo,
para el mismo desastre, igual sollozo.
¿Qué darles? Pan y amor. Lo que tenemos;
lo que es derecho suyo y les debemos...
Quizás sobre las ruinas descansando,
los revueltos escombros contemplando,
algún humilde obrero, silencioso,
un MONTERREY fumando;
sienta en su alma el gozoso
surgir de la esperanza y el consuelo
y acariciado por la luz febea,
los ojos alce y vea
que el humo y la oración suben al cielo

LOS CIGARRILLOS MONTERREY

Medalla del Centenario



Para la celebración del centenario de la Revolución de Mayo de 1810, la firma Testoni, Chiesa y Cía. encargó al grabador rosarino Marcos Vanzo la realización de una medalla[312] conmemorativa.
Fabricada en bronce,[313] y probablemente plateada en su estado original, el anverso presenta a la república y la libertad (cabeza de mujer con gorro frigio) y la leyenda "1º Centenario de la Independencia de la República Argentina". En el reverso aparece la leyenda "Cigarrillos Habanos MONTERREY" con el valor de venta de 20 centavos.
En agosto de 1912 aparecieron las últimas publicidades[314] de los cigarrillos MONTERREY en *Caras y Caretas* con la dirección Urquiza 1052 de Rosario. La marca MONTERREY estuvo presente en el mercado argentino durante más de 60 años. La manufactura Piccardo y Cía. la produjo hasta mediados de la década de 1960, en la presentación de paquetes de 20 cigarrillos sin filtro, con una etiqueta negra, roja y dorada en la que aparecía el logo de El 43. Quedará en el recuerdo como la primera marca de gran éxito a nivel nacional concebida fuera de la ciudad de Buenos Aires.

Luego de la venta de La Suiza, la familia Testoni continuó con la actividad en la industria tabacalera, particularmente Osvaldo Testoni quien, como ya mencionamos, formó parte del directorio de la C. A. T. y entre 1927 y 1936 fue director-secretario en la S. A. Manufactura de Tabacos Piccardo y Cía. Ltda.[315] Los Testoni también se dedicaron a la actividad ganadera.[316] Juan Bautista Testoni había comprado campos en la zona de Bell Ville, Córdoba, con una estancia conocida como La Isabel. En 1908 Testoni hermanos – Estancia La Isabel participó de la primera exposición de la Sociedad Rural de Unión, Bell Ville. En 1912 Osvaldo Testoni era accionista y vocal en el directorio del Banco Agrícola Comercial de Bell Ville y al menos hasta 1935 Blas, Carlos y Osvaldo Testoni son citados como ganaderos en la zona de Bell Ville y San Marcos en Córdoba.



Entre mediados y fines de 1911 La Suiza pasó a manos de la C. A. T., al igual que casi todas las tabacaleras más importantes del país. En 1918, ya en manos inglesas, producía las marcas MONTERREY de 20 y 30 centavos, GLORIA (en cajitas deslizables de 16 cigarrillos por 20 centavos), RADICALES de 20 y 30 centavos, VENCEDOR, CHARRÚA y LA BOMBA de 10 centavos, además de 25 variedades de tabaco.
Estando en poder de Piccardo las marquillas pasaron a tener la dirección Rodríguez 39 B de Rosario y San Juan 350 en Buenos Aires. También se identifican por el Certificado verde A 50, que aparece en las marcas de Piccardo originarias de la provincia de Santa Fe. Como recuerdo histórico de la época de oro de la industria tabacalera en el país, se conservó en algunas marquillas la leyenda "Gran fábrica a vapor de tabacos y cigarros", aun cuando desde hacía varias décadas la electricidad había desplazado al vapor como forma de energía para mover la maquinaria fabril.



Uno, dos, tres… Los cigarrillos 43, de Piccardo y Compañía



Si bien esta compañía comenzó con sus actividades recién en el año 1898, durante buena parte de los comienzos del siglo XX fue la que dominó el mercado del cigarrillo en nuestro país. Hasta 1911 compitió fuertemente con un considerable número de manufacturas, la mayoría de las cuales fueron adquiridas a fines de ese año por el trust tabacalero inglés denominado Compañía Argentina de Tabacos. Allí comenzó una batalla comercial muy dura para prevalecer, ganada finalmente por Piccardo, que terminó adquiriendo en 1919 las marcas y activos de la C. A. T. ejerciendo así un cuasi-monopolio del tabaco en la Argentina. Para conocer en términos propios de la época las circunstancias en las que tuvo que desarrollarse esta manufactura, comenzando por sus inicios, y luego sus progresos y logros hasta principios de la década de 1910, reproducimos un extenso y muy interesante artículo[317] aparecido en una revista española en el año 1912. La nota es acompañada por una selección de logos de la marca que aparecieron en las publicidades de la revista *Caras y Caretas* y también por numerosas reproducciones de las carteritas de los 43 de 20 centavos, con las bellas mujeres que en número incontable decoraron estas marquillas durante más de 30 años.

LAS GRANDES INDUSTRIAS:
PICCARDO Y COMPAÑÍA MANUFACTURA DE TABACOS

Introducción

No la necesitaba, realmente, la monografía que nos proponemos escribir, pero bueno será recordar á los ya contados detractores del tabaco, que el consumo que actualmente se hace de éste representa una suma considerable de bastantes miles de millones que, lejos de convertirse en humo y ceniza, como afirman quienes no profundizan por no saber ó no querer en estas cuestiones, implica en primer término una plantación de gran valor que requiere brazos de adiestrados jornaleros, una elaboración especial que da ocupación á miles de operarios, y una exportación que representa en la balanza mercantil de las naciones productoras de este artículo un ingreso bastante á compensarles de la importación que la escasez ó carencia de otros les obliga á hacer.

Con razón afirma la Filosofía, de acuerdo con la Física moderna, que en el mundo no se pierde ni se gana nada en materia ni en fuerza, y por lo que al tabaco se refiere, bien puede sostenerse el criterio de que el dinero que por él entrega el fumador en el comercio que se lo expende no se pierde en el espacio cual las azuladas espirales del humo del cigarro cuyo aroma aspiramos, sino que va á transformarse, como aquéllas, en nuevos elementos de vitalidad.

Al "toma-tabaco" antiguo, mal visto y peor oliente, han sucedido, tras de sucesivas mudanzas que los progresos de los tiempos se han encargado de llevar á cabo, los modernos fumadores, pulcros, atildados, correctos é ilustrados, hoy en una ú otra forma todo varón adulto, salvo excepciones que justifican la regla, dolencias ó anormalidades, es fumador, y así como en el siglo XVII no se concebía un clérigo sin la caja de rapé, ahora no acertamos á comprender a un hombre sin tabaco.



Reconstrucción de la marquilla de los cigarrillos 43 de 20 centavos registrada por Piccardo y Ca. el 20 de diciembre de 1900 (acta Nº 9294). Este primer diseño no tenía los típicos fotogramas femeninos que posteriormente caracterizaron a esta presentación de la marca. Las caras frontal y trasera eran idénticas a la versión del año 1900 de los 43 especiales de 30 centavos.



Los médicos y los químicos, que han sido los mayores detractores de esta planta, son los que más fuman, y uno de estos últimos Mr. Nicot, supo extraer de ella uno de los más preciados alcaloides. No es, pues, extraño que el consumo mundial que de este producto se hace actualmente, dé lugar á industrias poderosas, de las que son clara y gallarda muestra importantes casas manufactureras de tabaco, y entre ellas figura la de Piccardo y Compañía, de Buenos Aires, que es la que hacemos objeto de estas líneas.
Séanos, sin embargo, permitido, antes de entrar ocuparnos especialmente de ella, dirigir una mirada retrospectiva al mercado argentino en la época que precedió á la creación de esta importante fábrica, ya que ello, á más de tener en sí mismo algún interés, nos da idea de la situación que allí se atravesaba en lo relativo á este aspecto al fundarse la mencionada casa.

Antecedentes
Pudiera decirse que durante todo el pasado siglo (se refiere al siglo XIX), y claro es que con mayor razón en el anterior, los cigarrillos que se fumaban en la República Argentina se importaban de Cuba directamente, no de la Habana, como algunos han dicho, pues rara vez el tabaco de la región de la capital de la Gran Antilla arriba á los puertos del Plata.
La picadura que se enviaba era regular, pero envuelta en un papel amarillento de pretendidas cualidades pectorales, descomponía aquélla dándole un marcado sabor á melaza, al propio tiempo que el cigarro más sobrado de envoltura que de tripa ardía como yesca.
El tabaco negro, importado del Brasil, enrollado en un papel grueso como el de estraza, pero que por llevar la contraria al otro se apagaba constantemente, era el que se manipulaba para los fumadores reposados y tranquilos.
Aquellos habanos se elaboraban con tabaco de Río Grande, por lo general, empastándolos con miel, lo que les daba el aroma característico que despedían, pero no obstante fumarse solos, exigían bastante cavidad aspiradora en los pulmones por su grueso calibre, pues el suyo correspondía al del dedo pulgar y exigía luchar desesperadamente con ellos para aprovecharlos antes de que se convirtieran en cenizas o se deshicieran en la boca.
Algo más tarde, se establecieron modestas fábricas, que emplearon tabaco de Tucumán y Salta, en picadura que se rociaba con vino seco y vainilla o ron y vainilla, procurando así falsificar el habano, encontrando esta clase de cigarrillos elaborados á mano, y denominados "para armar" un mercado favorable, mereciendo la predilección de los fumadores argentinos.
Sin embargo, aquella memorable picadura tenía graves defectos, entre ellos el de que grandes venas sin partir, formando trozos que parecían verdaderos tizones se desprendían fácilmente del resto del cigarro, que comparados con aquellos monolitos era verdadero polvo, é iban á posarse sobre ropas ú otros objetos para producir extensos agujeros si se los veía á tiempo o graves destrozos si en ellos no se reparaba, pues no cesaban de estar en ignición hasta que toda la estaca se consumía.

Marquilla de los cigarrillos 43 elaborada por Piccardo y Ca. aproximadamente en el año 1907, cuando la fábrica todavía no se había transformado en Sociedad Limitada.
Las etiquetas de los cigarrillos 43 de 20 centavos se destacaron por los retratos de mujeres que aparecían en la cara posterior y las dos caras internas de la carterita. Piccardo y Ca. inscribió este diseño en la Oficina de Patentes y Marcas a comienzos de 1907 (acta Nº 19581). Hay registrados cientos de retratos femeninos de esta y otras marcas de la época. En esta marquilla alcanza a verse el pie de imprenta del establecimiento gráfico de Günche, Wiebeck y Turtl, que imprimía las marquillas de varias fábricas de cigarrillos.



Indudablemente se imponía una revolución en la elaboración de cigarros, así lo demandaban los fumadores, y el primer paso en este sentido lo dio un industrial de nacionalidad francesa, J. Daumas, quien después de estar lanzando á la venta con tabaco que decía ser de su país, envueltos en paquetes prismáticos, se retiró a su patria en posesión de una fortuna.
Abandonado por el francés el campo en el que tan buenos frutos había cosechado, los otros fabricantes nacionales, dispuestos á mejorar su sistema, llevaron máquinas más perfeccionadas, extendiéndose de tal modo en aquella nación la costumbre de fumar el cigarrillo armado, que se instalaron nuevas fábricas, y todas ellas obtuvieron y logran buen provecho.
Esta industria, que parecía recibir un rudo golpe con el impuesto á que el Estado argentino sometió el tabaco, prosigue su marcha triunfal, contando hoy con entidades que satisfacen plenamente las aspiraciones, y nunca estuvo mejor tratándose de fumadores, de quienes gustan de saborear un buen cigarrillo.
Entre ellas figura en primera línea la ya mencionada fábrica de los Sres. Piccardo y Compañía, cuyos productos, conocidos con la cabalística marca 43, de la que luego explicaremos su origen, se han abierto paso en toda aquella floreciente República, y seguramente, se lo abrirán en todos los mercados el día en que esta importante casa dirija a la exportación una sola mirada. Hagamos, pues, una breve reseña histórica de tan respetable entidad

Fundación de la fábrica.
Corría el mes de abril de 1898. D. Juan Oneto, cajero del Banco Alemán y su amigo D. Juan L. Piccardo, tenedor de libros de la casa Otonello, eran dos jóvenes, que no obstante disponer de la seriedad suficiente para cumplir á maravilla cargos tan honrosos, difíciles y de responsabilidad como los que les habían confiado, disponían también del buen humor siempre compatible con la corrección más exquisita y de todo el dinero procedente de sus respectivos sueldos, nada escasos por cierto.
Los balances de fin de mes de uno y otro señor hubieran podido sintetizarse en la conocida frase castellana de “salir lo servido por lo comido”, pero ellos, en lo mejor de su edad, tenían ciega fe en lo porvenir y, sin saber cómo ni cuándo, el caso es que pensaban establecerse.
Un día del referido mes de abril, quizás de la segunda quincena, cuando ya empiezan a escasear las disponibilidades en numerario procedieron a registrar los bolsillos de unas ropas desechadas, y ¡oh, sorpresa! en ellas hallaron dinero, que sin duda alguna se había escapado por un olvido incomprensible de seguir la suerte de su compañero.
Entre ambos amigos lograron reunir 340 pesos de curso legal, y en vista de tal fortuna, decidieron llevar á la práctica su proyecto hacía tiempo acariciado, el cual era dedicarse á la fabricación de cigarrillos.
Al efecto, alquilaron una tienda de la casa calle Piedad (actualmente Bartolomé Mitre) 1848, esquina á Callao, y allí establecieron su fábrica, pagando un alquiler de 17 pesos mensuales.
Los tabacos acababan de gravarse con el impuesto interno, lo que dificultaba el negocio, pero los jóvenes fabricantes no se arredraron por ello, comprando una partida de tabaco habano y Bahía mezclado, que les costó 280 pesos.



Esta marquilla, y las que aparecen en las páginas siguientes, son posteriores al año 1913 cuando Piccardo ya se había constituido en Sociedad Limitada y por lo tanto en la etiqueta aparecía la leyenda “Piccardo y Ca. Ltda.”. Se fabricó hasta fines de la década de 1920.



No teniendo máquina ni para comprarla, los noveles industriales mandaban el tabaco á picar fuera; pero por fin pudieron adquirir una, y ellos mismos la manejaron, no sin pasar verdaderas fatigas.
En el número 3493 de esa misma calle Piedad funcionaba el taller mecánico de Antonio Piccardo, quien ofrecía reparaciones de máquinas a vapor, gas, queroseno y la fabricación de máquinas para elaborar confites. Un año más tarde, ya en marcha, aunque muy modestamente el negocio, entraron á formar parte de él, como socios, los Sres. D. Emilio J. Costa y D. Pedro Piccardo. Muy pronto incorporarían una más completa y veloz, la cigarrera Bonsak, con capacidad para elaborar doscientos cigarrillos por minuto.
Tal fue el principio de esta casa, que nacida pigmeo, pero alentada por espíritus de colosos, es hoy un gigante de la industria nacional argentina.

La marca 43.
Ya hemos dicho que la marca de esta poderosa entidad es el referido número, que es con el que aparecieron en 1898 los cigarrillos que lo adoptaron como nombre, lo cual bien merece una breve explicación.
En 1879, la Bolsa de Comercio de Buenos Aires, que todavía se hallaba instalada en el edificio en que ahora está la Caja de Conversión, veíase concurridísima por especuladores y bolsistas que acudían á negociar aprovechando las rápidas y marcadas fluctuaciones que los valores públicos tenían.
Durante las horas de contratación la esquina de las calles de San Martín y Cangallo, como asimismo sus cercanías, estaban ocupadas por numerosos carruajes, de los que eran propietarios ó alquilaban los bolsistas.
Una tarde, al ir estos á tomar sus respectivos vehículos, hiciéronlo con singular algazara, despidiéndose alegremente unos de otros llamándose ¡43!
Lo que había ocurrido era muy sencillo. Las acciones del Banco Nacional se cotizaban de 40 á 42 como tipo máximo, cuando un caballero se presentó en el corro ofreofreciendo pagar todas las que hubiera á 43.
Esta inesperada demanda, que acaso tuviese una segunda intención, dejó estupefactos á los agentes, quienes rompieron á reír, siendo aquel número objeto de chistosos comentarios durante algún tiempo. Después esa cifra, allí célebre, sirvió para designar con ella á los cándidos fáciles de engañar ó á los pocos expertos en los negocios.
Corriendo ya de boca en boca ese número en el país, la casa que nos ocupa, hubo de dárselo como marca á una de sus elaboraciones, y esto vino á completar el calambourg bonaerense, dando lugar á diálogos como éste:
—¿Qué opinas de Fulano?
—¡Toma! Que es un 43. ¡Magnífico... para fumado!



La actual fábrica.
El primitivo y minúsculo establecimiento se ha transformado en poco más de una decena de años en una inmensa fábrica, capaz de competir con las mejores montadas de aquella nación y del extranjero.
Próximo a la plaza de Mayo, en la calle Defensa 1254-78 (antes de mudarse a este sitio funcionó brevemente en la calle Defensa 1155), ocupando una extensión de 3.500 metros cuadrados, se eleva el esbelto edificio (inaugurado en 1904) de la respetable casa Piccardo y Compañía, en el que se hallan establecidos los talleres y las oficinas, perfectamente instalados unos y otras, dotados aquéllos de cuantos mayores perfeccionamientos



se conocen en maquinaria y utensilios de esta industria, y éstas con amplitud y comodidad para todos los servicios y una bien montada organización.

Además de este excelente edificio, los Sres. Piccardo y Compañía poseen también en el Rosario de Santa Fe una sucursal, que eficazmente contribuye al constante desarrollo y desenvolvimiento de los negocios de esta respetable entidad industrial.

Respecto al número de operarios que hoy trabajan en la fábrica, los consignaremos en los siguientes párrafos, ya que en ellos procuraremos reflejar con la elocuente sencillez de las cifras estadísticas, el inmenso avance logrado por esta conocida casa desde su fundación hasta el día.

Lo que va de ayer á hoy.

En abril de 1898 se hizo la primera compra de estampillas, que fué de 1.200, y diez años más tarde, en 1908, hubo necesidad de emplear 37.421.260 estampillas, cuyo pormenor es el siguiente: 658.520 de 10 centavos, 5.786.670 de 7 centavos y 30.976.060 de 5 centavos.

La primera compra de tabaco ya hemos dicho que importó 280 pesos, diez años después, en los doce meses de 1908 se emplearon 2.976 fardos, que pesaron 182.238 kilos de tabaco habano y 6.651 fardos con 439.666 kilos del de Bahía.

Hemos dicho también que los primeros operarios fueron dos, los propios fundadores, los señores don Juan Oneto y don Juan L. Piccardo. Actualmente el personal consta de 349 individuos, de los que 34 son empleados de oficinas, 156 operarias cigarreras, 58 cigarreros y 101 encargados de máquinas y peones manipuladores.

Además las cajas de madera y cartón para los envases proporcionan trabajo á centenares de obreros.

El primer tabaco vimos que tuvieron los patronos que enviarlo á picar fuera por carecer de una máquina, hoy la fábrica cuenta con seis de éstas, catorce para hacer cigarrillos, movidas por veintidós motores eléctricos, que desarrollan 58 caballos de fuerza, sin contar calderas, torrefactores, ni demás clases de aparatos modernos de los que se emplean en esta industria montada en gran escala.

En el depósito de tabaco existe siempre un stock de 1.000 fardos, en la proporción de tres cuartas partes de habano y el resto de Bahía.

El movimiento correspondiente al año 1909 se refleja perfectamente en las siguientes cifras:

Tabaco empleado: Bahía, 8.365 fardos, con peso de 560.548 kilos y 3.344 fardos habano con 236.840 kilos.

El número de paquetes de cigarrillos vendidos ascendió á la cantidad de 46.012.184, importando las estampillas de impuestos internos adheridas á dichos paquetes, 2.460.000 pesos.

Bastan, como se ve, por sí sólo estas cifras para darse cuenta de la gran importancia de la respetable casa que nos ocupa, la cual constituye hoy un modelo de las entidades industriales de su clase.

Cartones ó tickets.

No es para nadie ignorado que en la República Argentina existen establecimientos que costean elevados gastos dedicándose solamente al negocio de los tickets ó cartones contenidos en los paquetes de cigarrillos.





La compraventa y el canje de estos premios alimentan un activo comercio, del que viven infinidad de individuos, y este movimiento, que á primera vista pudiera parecer de escasa importancia, implica el de varios millones de pesos que anualmente giran las aludidas casas.
Los turcos, que tanto abundan en Buenos Aires, y las principales ciudades de aquella República, trafican también en este negocio, cambalacheando los cartones por baratijas y viceversa, obteniendo con estos manejos buenas ganancias.
Pues bien, para atender debidamente á cuanto se refiere á esta rama del negocio, los Sres. Piccardo y Compañía tienen establecido un servicio especial, en el que son inmediatamente servidos los pedidos, incluso los de juegos de muebles, que son pagados con cartones, existiendo también un depósito de objetos útiles y de fantasía, importados directamente de Europa por esta importante casa para atender al canje de los tickets.
Como detalles que revelan el incremento que ha tomado en aquel país el consumo de cigarrillos y los progresos alcanzados por la entidad de que hablamos, podrían citarse muchos, pero basta recordar que se ha dado el caso de presentarse un cliente con 24.000 cartones para pagar el colegio á su hijo durante un año. Dígase ahora si el fumar es siempre inmoral y corruptor.
Desde Julio de 1908 á Junio de 1909 la entidad á la que venimos refiriéndonos ha pagado por estos la cantidad de 531.027 pesos, resultando, por consiguiente, que dentro de la amplia esfera de los negocios de la casa, esa sección es importantísima, no sólo por lo que á aquélla se refiere, sino por el gran interés que despierta en el público, el cual logra, merced á este ingenioso y sencillo procedimiento, reembolsarse de parte del gasto hecho, en lo que si aparentemente pudiera parecer una futilidad, implica, como se ve, un asunto de marcada transcendencia económica y social.

Conclusión.
Si analizásemos las causas del gran desarrollo en tan poco tiempo alcanzado por esta importante entidad, tendríamos necesariamente que fijarnos, primero, en la excelente calidad del tabaco que emplea, y que, no obstante estar ya muy acreditada, sigue procurando que sea siempre igual, y en lo esmerado de la elaboración.
En segundo término, la propaganda constante de esta casa, que llegó á popularizarla, y sus anuncios en la ciudad, en el campo, en las paredes, en los locales públicos, lo mismo en el teatro que en el paseo y, principalmente, en los periódicos y los preciosos affiches artísticos que coloca, hacen que, hoy que ya es conocida de todos, no sea olvidada un momento.
Añádase a esto la inteligencia, el trabajo la infatigable constancia que desde los primeros instantes fué la base fundamental de esta empresa, se comprenderá lo rápido de su engrandecimiento y la veloz marcha que en su desarrollo económico ha llevado.
No es ésta, ciertamente, obra del azar ni tampoco consecuencia de los progresos generales de aquel floreciente país. La fortuna no sonríe nunca á los inactivos ni á los ineptos, y muchas entidades industriales languidecen y concluyen por perecer aún en medio de los mayores avances generales de una nación, cuando no están bien orientadas y dirigidas.
El secreto, pues, del gran éxito alcanzado débese sólo al acierto, inteligencia y constancia de quienes se hallan al frente de la importante entidad Piccardo y Compañía, modelo de las de su clase y una de las que enaltece la industria nacional de la floreciente República Argentina.





EL 43 es la marca más antigua aún vigente y, al mismo tiempo, la más emblemática de todas las que se produjeron en la Argentina, siendo también una de las más longevas del mundo con 120 años de producción ininterrumpida. La marca como tal desapareció a mediados de la década de 1970, cuando dejaron de fabricarse los 43 con filtro, pero a fines de los 60 habían surgido los 43/70, que aún hoy perduran. El origen del "70" agregado al número 43 puede deberse a que en 1968 se cumplió el 70º aniversario de la fábrica de Oneto y Piccardo, aunque la versión más aceptada dice que hace alusión al porcentaje de tabaco negro que tenían los cigarrillos.

Casi todas las variantes de los antiguos cigarrillos 43 eran de puro tabaco negro, en cambio los 43/70, que se vendían como "negros dorados", eran en realidad una mezcla con un 30% de tabaco rubio tipo Virginia que les daba un sabor más suave.



En 1904 la marca EL 43 se producía en tres variantes. La más popular era la que se comercializaba en el formato de carterita de 20 centavos o "armados comunes" que estaban elaborados con una mezcla de tabacos bahía y habano. Esta presentación era la más vendida de las tres con más del 80% del total de la producción y perduró en el mercado hasta aproximadamente 1972 en la versión denominada TRADICIONALES. Los 43 ESPECIALES de 30 centavos eran los que le seguían en precio, venían armados o para armar, conteniendo 50% de tabaco habano. Notar que en la etiqueta de esta presentación aparece la leyenda EL 43, a diferencia del resto de las variantes que son 43 a secas. Los ESPECIALES comprendían un 15% de las ventas de Piccardo y se siguieron comercializando en diferentes formatos hasta 1960 aproximadamente. Por último los 43 EXCEPCIONALES de 40 centavos, también armados o para armar, contenían solo puro tabaco habano en hebras, envuelto en el mejor papel de arroz y, obviamente, estaban dirigidos a los fumadores con más poder adquisitivo. Al ser considerablemente más caros, su venta era mucho más limitada con un porcentaje de menos del 2% del total. Esta variante, en atados de 20 cigarrillos de 70 mm sin filtro, se vendió hasta comienzos de la década de 1970, época en la que desaparecieron del mercado argentino prácticamente todos los cigarrillos cortos sin filtro, reemplazados por los King Size con filtro de acetato.

Para enfatizar la calidad de sus productos la empresa tenía el lema "no fabricamos cigarrillos de 10 centavos".[318] Sugestivamente, a las pocas semanas de publicados los avisos anteriores, aparecieron nuevas publicidades donde los cigarrillos de 20 centavos pasaron a tener un 50% de tabaco habano, los ESPECIALES estaban ahora fabricados solo con tabaco habano especial, y los EXCEPCIONALES de 40 centavos (según la publicidad, los primeros de este precio y calidad) eran elaborados con tabaco habano "de las mejores vegas".[319] Desconocemos si efectivamente se trató de una mejora en la calidad del producto, o si fue uno más de los tantos engaños que sufrían los fumadores.

A fines de 1915 aparecen[320] en la revista *Caras y Caretas* las primeras publicidades de los 43 EXTRA de 40 centavos, también orientados hacia los consumidores de mayor poder adquisitivo. Estaban fabricados con el mejor tabaco habano de calidad EXTRA. Esta variedad fue llamativamente registrada recién el 12 de junio de 1917. A lo largo de sus más de 100 años de historia la marca 43 apareció también con los nombres BOUQUET, TRADICIONALES EXTRA, EXTRA SUAVES, EXCEPCIONALES SUAVES, RUBIOS y CORONAS. También figuran registrados los EXPOSICIÓN, SELECTOS y SUPERIORES, aunque desconocemos si alguna vez salieron a la venta. En el año 1914 la fábrica producía casi 400.000 atados diarios y contaba con más de 900 empleados. En 1917 la venta total de cigarrillos de 20 o más centavos, según la estadística oficial,[321] fue de casi 194 millones de paquetes, de los cuales más de 153 millones habían sido vendidos por Piccardo, es decir el 80% del mercado de cigarrillos finos de calidad media y alta estaba en manos de una sola tabacalera. Solo siete años antes, en 1910, esa fracción era del 40% lo que da una clara idea de la forma en que la empresa logró el favor de los consumidores durante esa década. Para tener una idea del crecimiento casi exponencial que tuvo la manufactura Piccardo en sus primeros quince años de vida, presentamos más abajo una tabla[322] en la que figura la producción anual de atados de cigarrillos en todas sus variedades y el número total de empleados que tenía la empresa, discriminados por sexo.

Año	1900	1901	1902	1903	1904	1905	1906	1907	1908	1909	1910	1911	1912	1913	1914
Millones de atados	0.32	1.31	1.78	2.44	5.55	8.54	17.4	29.1	37.4	46.0	54.87	63.2	112.4	140.0	140.5
empleadas	12	14	20	25	29	50	79	118	137	143	164	183	244	478	494
empleados	9	17	21	34	55	80	133	160	200	231	262	305	362	432	444

A diferencia de la mayoría de las demás manufacturas, que tenían una variedad considerable de marcas, Piccardo se caracterizó en sus inicios por sostener muy pocas marcas propias. La primera denominación comercial registrada por Piccardo y Cía. fue PATRICIOS, solicitada el 17 de marzo de 1899 bajo el acta Nº 7553. Además de la ya mencionada EL 43, otra de las marcas de cigarrillos fabricadas por Piccardo que logró una buena aceptación fue CASINO, inscripta por Juan Oneto en noviembre de 1901 junto con DOMINÓ. Los CASINO eran una variedad de cigarrillos que solo se vendían en la versión "para armar" y costaban 20 centavos el paquete. Las etiquetas tenían un diseño muy elaborado, con la presencia de múltiples adornos de estilo modernista entre los que aparecía el infaltable rostro femenino



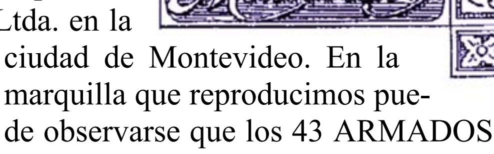






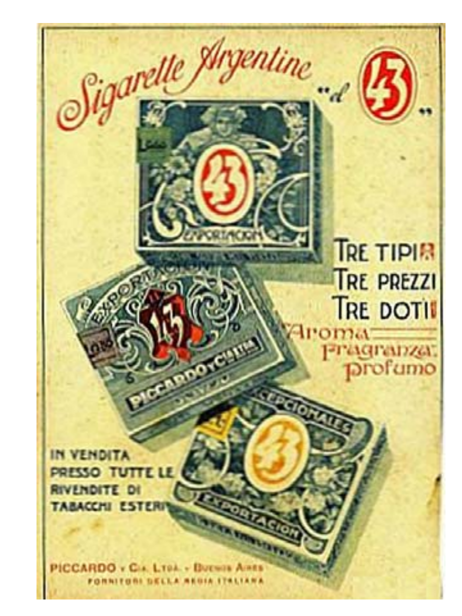


aunque, hasta donde sabemos, el retrato era único y no variable, como en la etiquetas de los 43. Las marquillas eran impresas en la gráfica de Günche, Wiebeck y Turtl, en donde también se imprimían otras marquillas de la firma, al menos durante los primeros años de vida de la fábrica. Desconocemos hasta qué año estuvieron a la venta estos cigarrillos; su publicidad dejó de aparecer en *Caras y Caretas* a mediados de 1906, aunque hay documentos de 1912 con el membrete de Piccardo en los que todavía aparece la marca. En los registros que aparecen en el Boletín Oficial hay sucesivas renovaciones sobre los derechos comerciales al menos hasta el año 1932. La leyenda "Piccardo y Cía." en la etiqueta indica que es previa a 1913, año en que la empresa se transformó en una Sociedad de Responsabilidad Limitada. Avanzados los primeros años del siglo XX casi todos los cigarrillos industrializados ya se vendían armados, así que no es extraño que hayan sido discontinuados. Recién a mediados de la década de 1910 la firma registró algunas nuevas marcas como PRÍNCIPE DE GALES y PLUS ULTRA.



Los cigarrillos 43 no solo se vendían en todo el territorio de nuestro país, sino que se producían en (o se exportaban a) países vecinos como Chile, Uruguay y Paraguay, y a estados europeos como Italia. En Uruguay la marca 43 fue registrada el 25 de marzo de 1915 (acta Nº 2951) por los señores Barbosa, Caravia y Cía., apoderados de la S.A. Piccardo y Cía. Ltda. en la ciudad de Montevideo. En la marquilla que reproducimos puede observarse que los 43 ARMADOS ESPECIALES, que en la Argentina se vendían a 30 centavos, tenían un precio de 10 céntimos en Uruguay.





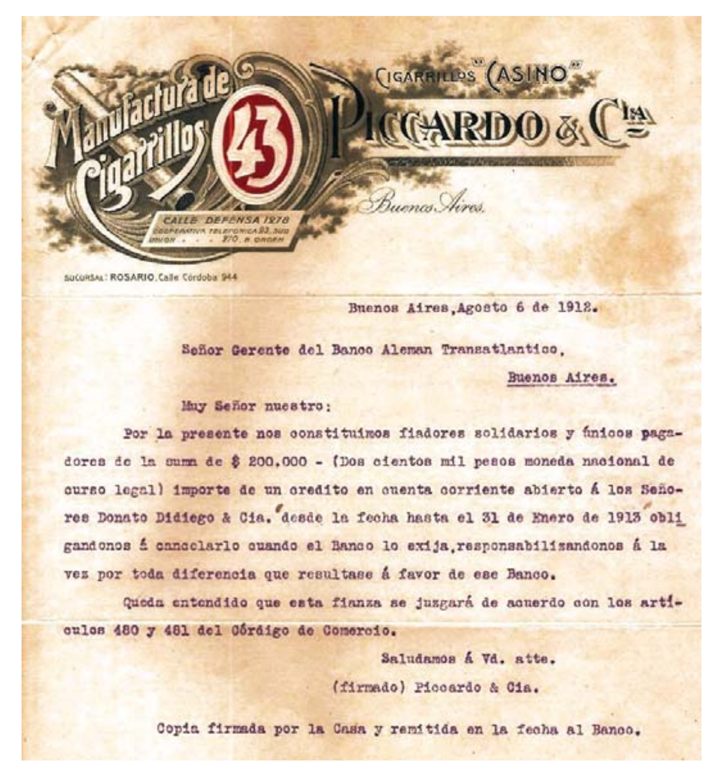
Los cigarrillos 43 se vendieron en Italia al menos desde enero de 1916, según se puede ver en el aviso aparecido en la portada de *Touring Club Italiano*. En la tapa de esta importante revista aparecían frecuentemente publicidades de marcas internacionales como Cinzano o Pirelli, lo que da una idea de la envergadura de la estrategia utilizada por Piccardo para introducir sus productos en un mercado extranjero. A Italia llegaron las tres variantes de los *Sigarette Argentine el 43*, como puede verse en el aviso que muestra las marquillas utilizadas para exportación. También allí se menciona que Piccardo era proveedor de la Reggia Italiana y que los cigarrillos estaban a la venta en todos los lugares de venta de tabaco extranjero.



Piccardo estableció una subsidiaria en Talca, Chile alrededor de 1930, que luego pasó a manos de la Compañía Chilena de Tabacos, en donde elaboraba la marca CUYANITOS y los 43 en las presentaciones Especiales, Ovalados gruesos con boquilla de corcho y de oro, y normales con boquilla dorada, pectoral, corcho y ambré.[323]

La guerra entre Piccardo y la C. A . T.

El 17 de octubre de 1911 aparece en la revista *Caras y Caretas*[324] un aviso comercial de los cigarrillos 43 con el siguiente texto: *Hacemos saber que no es exacto que nuestra firma haya entrado en el Trust, fusión o combinación de fabricantes de cigarrillos, de que se ha hablado en estos últimos tiempos. No entraremos en ninguna combinación análoga y continuaremos como hasta ahora elaborando nuestros cigarrillos con los mejores tabacos, y poniendo en cada paquete los cartoncitos de costumbre. Piccardo y Cía.*



Buenos Aires, Agosto 6 de 1912.

Señor Gerente del Banco Aleman Transatlantico,
Buenos Aires.

Muy Señor nuestro:

Por la presente nos constituimos fiadores solidarios y únicos pagadores de la suma de $ 200.000 - (Dos cientos mil pesos moneda nacional de curso legal) importe de un credito en cuenta corriente abierto á los Señores Donato Didiego & Cía. desde la fecha hasta el 31 de Enero de 1913 obligandonos á cancelarlo cuando el Banco lo exija, responsabilizandonos á la vez por toda diferencia que resultase á favor de ese Banco.

Queda entendido que esta fianza se juzgará de acuerdo con los artículos 480 y 481 del Córdigo de Comercio.

Saludamos á Vd. atte.

(firmado) Piccardo & Cía.

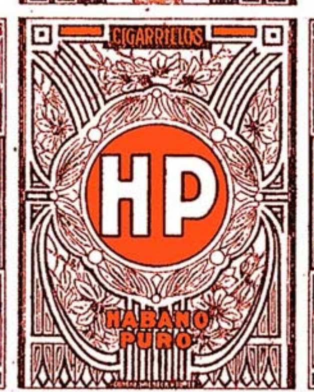
Copia firmada por la Casa y remitida en la fecha al Banco.

Como veremos más adelante, durante el año 1911 una empresa de capitales ingleses, liderada por el Barón d'Erlanger, adquirió los capitales y las marcas de las tabacaleras más importantes y antiguas del país, a excepción de la dueña de EL 43 con la que no llegó a un acuerdo económico. Esto ocurrió aun luego de haberse firmado[325] sendos contratos entre Piccardo y el representante de la C. A. T., Barón Frederic Portalis, el 17 de junio y el 20 de julio de 1911. La ruptura marcó el comienzo de una feroz guerra comercial y publicitaria entre ambas empresas para tratar de dominar el mercado del cigarrillo en la Argentina.

Con el objetivo de aumentar sus ventas, la empresa de Oneto y Piccardo hizo todo lo contrario que su competidora, abrió el crédito a los comerciantes, manteniendo los precios y el buen trato hacia sus clientes. Para hacerse fuerte en otros segmentos del mercado, como por ejemplo la línea de tabacos empaquetados y la de los cigarrillos económicos, inició tratativas con algunas de las tabacaleras que no habían sido absorbidas por la C. A. T.

En 1912 Piccardo logra el control[326] de La Defensa de Donato Didiego & Cía., antigua familia de tabaqueros, a través de la garantía de un crédito bancario de $200.000 que esta empresa toma con el Banco Alemán Transatlántico de Buenos Aires. De esta forma se asegura una completísima línea de tabacos elaborados (que incluía distintas variedades, cortes y picaduras) necesarias para competir con la C. A. T. Esta casa, además, era propietaria de La Oriental de José y Jorge Massa, domiciliada en Triunvirato 320, que elaboraba los cigarrillos LA BATALLA y tabacos como EL ÁRABE, LA ORIENTAL, LA TURQUESA, y LA ÑATA. También por intermedio de La Defensa, con la denominación comercial Facio, Hebequer y Berenguer, se van a producir los H. P. de 20, 30 y 40 centavos, marca muy popular en cigarrillos y distintas

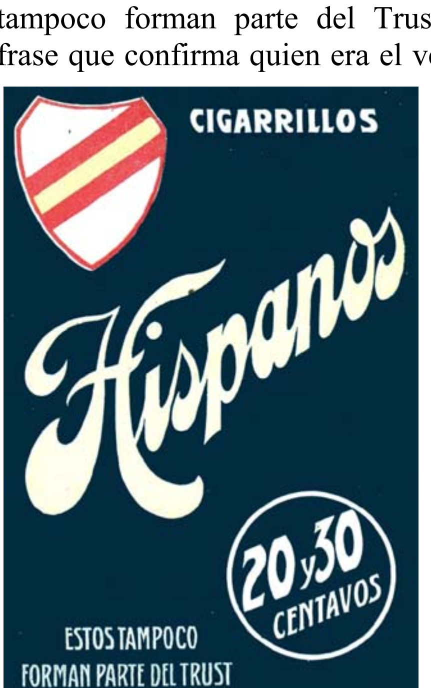






variantes de tabaco que, contra lo que pueda suponerse, significa Habano Puro. Los H. P. fueron registrados por primera vez en enero de 1911, para fines de 1912 aparece en el Boletín Oficial el acta de inscripción de las presentaciones de 20 y 30 centavos y en marzo de 1913 se anotan los H. P. de 40 centavos. Bajo esta razón social también se inscribieron los cigarrillos HISPANOS de 20 y 30 centavos en junio de 1913. Los avisos de esta marca llevaban la leyenda[327] "Estos tampoco forman parte del Trust", frase que confirma quien era el verdadero dueño de la empresa, pues fue utilizada hasta el hartazgo por Piccardo en su guerra publicitaria contra la C. A. T. La firma Facio, Hebequer y Berenguer tenía como domicilios comerciales Paraguay 870 y Corrientes 550.





Los dueños de EL 43 también compraron la marca REGALÍA, registrada en julio de 1904 por la vieja fábrica Yolanda de Federico Hormann y la marca DOMINÓ de 15 centavos el paquete que, como ya mencionamos, fue registrada por Juan Oneto a su nombre bajo el número 9532 en diciembre del año 1901 y era vendida bajo la denominación comercial de La Defensa de Donato Didiego. A estas adquisiciones siguieron luego los cigarrillos[328] CANELA (de Mateo Cañellas, en la provincia de Santa Fe), la exitosa BUDA (de Ángel Saad), y así continuando.



La firma de Juan Oneto y Juan L. Piccardo basó gran parte de su estrategia publicitaria en dos pilares fundamentales. Por un lado se diferenciaban de la C. A. T. presentándola como una empresa cuyo único objetivo era monopolizar el mercado del tabaco en el país para maximizar el rendimiento del capital invertido. Por otro lado destacaban el carácter netamente argentino de su empresa, en contraposición a los capitales ingleses de la C. A. T. Con el objetivo de diferenciarse de la aparición del trust tabacalero inglés se utilizó astutamente en todos los avisos una frase simple "**Los cigarrillos 43 no forman parte del trust**". Este simple leitmotiv cumplió a la perfección el objetivo de instalar en los fumadores la antinomia entre las dos empresas, situándose Piccardo del bando de los "buenos". Ya desde julio de 1911 Piccardo comenzó a registrar varias marcas comerciales en la clase de tabacos, cigarros, cigarrillos y artículos para fumadores, que contenían la palabra 'trust'. Como ejemplo podemos mencionar los nombres Trust, Antitrust, Contratrust, Libres de todo trust, No formamos parte del trust, Ni trust ni fusiones, aunque hasta donde sabemos ninguna de estas marcas fue vendida comercialmente.


PICCARDO y Cía., exclusivos propietarios de la fábrica de cigarrillos El 43, por la presente formulan la siguiente

DECLARACIÓN FINAL

¶ Que son absolutamente inexactos los rumores circulados, de que nuestra firma ha entrado a formar parte del TRUST.

¶ Que el hecho de que otras fábricas hayan aumentado los precios de sus productos a los intermediarios, no tiene ninguna relación con la nuestra, que no los ha alterado, ni antes ni despues de constituirse el TRUST

¶ Que para justificar el aumento de precios a los intermediarios, se pretende que nosotros hemos entrado al TRUST, lo que es completamente falso.

¶ Que a fin de satisfacer las exigencias del público y de nuestros favorecedores, nos vemos obligados a ratificar por última vez, que NO PERTENECEMOS, NI PERTENECEREMOS A NINGUN TRUST, SINDICATO, FUSION O MONOPOLIO

¶ Que manteniendo inalterable nuestra palabra de continuar el funcionamiento de la fábrica, libre de toda ingerencia extraña, hemos rechazado propuestas posteriores, muy aceptables comercialmente, pero reñidas con nuestro compromiso formulado y que ratificamos hoy, en el primer aniversario del TRUST.

Buenos Aires, Noviembre 8 de 1912.

Si bien durante 1910 Piccardo había vendido casi 60 millones de paquetes y tenía el 40% del mercado de los cigarrillos finos de 20 centavos o más, el poder económico de la C. A. T. era enorme y se suponía que terminaría monopolizando todo el mercado del tabaco. Durante 1911 y 1912 hubo muchos rumores de que la C. A. T. iba a absorber a Piccardo, pero a fines de 1912 se publica un aviso al público[329] en el que se niega que la firma haya pasado a formar parte del trust y se ratifica por última vez que "no pertenecemos ni perteneceremos a ningún trust, sindicato, fusión o monopolio".

Una serie de avisos[330] de fines de 1912 que muestran a dos luchadores peleando, uno con la camisa con el número 43 y el cinturón de campeón de 1911, reflejan claramente hasta qué punto había llegado la pelea entre ambas empresas para lograr la preferencia de los fumadores. Las publicidades están firmadas por Mario Zavattaro,[331] dibujante, caricaturista y pintor nacido en Génova en 1876, emigrado a la Argentina en 1899 y fallecido en Buenos Aires en 1932, quien con el tiempo llegaría a ser uno de los grandes ilustradores locales. Se dedicó a la lucha grecorromana como profesional (lo que explica su forma de representar la batalla entre las dos tabacaleras), y simultáneamente estudió dibujo. Además de realizar trabajos para *Caras y Caretas*, *El Hogar*, *P.B.T.* y los diarios *Crítica* y *La Nación*, obtuvo amplio reconocimiento por sus caracterizaciones gauchescas. Zavattaro ilustró el *Martín Fierro* con 36 acuarelas y los almanaques de la empresa Alpargatas de los años 1937, 1938 y 1939 llevan sus escenas camperas.



En 1917 las ventas de EL 43 ya equivalían al 80% del mercado de cigarrillos finos, con lo que Piccardo había inclinado claramente la balanza a su favor. El 31 de julio de 1919 el Barón Emile B. d'Erlanger preside una reunión de accionistas realizada en la Winchester House de Londres[332] en donde anuncia la venta de la C. A. T. a la S. A. Manufactura de Tabacos Piccardo y Cía. Ltda. La batalla entre ambas empresas terminó en una suerte de fusión que le permitió a Piccardo hacerse con los activos y marcas comerciales de los ingleses, conservando el 55% de las acciones, pero también se hizo cargo de su pasivo aquí y de parte de sus deudas en Inglaterra. Incluso Piccardo fundó[333] en 1922 la Sociedad Anónima Compañía Argentina de Tabacos Limitada, con sede en Corrientes 518. Un nuevo y más poderoso trust pasaba ahora a controlar el mercado argentino del tabaco. En 1930 Piccardo ya había absorbido a la C. A. T. hacía varios años, pero aún seguía usando en sus avisos la frase "Libres de Trust", ahora dirigida contra la Compañía Nacional de Tabacos, sucursal local de la también inglesa British American Tobacco.











Desde fines de 1912 comenzaron a aparecer en la revista *Caras y Caretas* una serie de más de 30 avisos, con textos que atacaban en forma directa a la Compañía Argentina de Tabacos. Leyendas como "Jamás serán del trust", "Libre de monopolios o trusts", "Nunca, nunca, nunca serán del trust" o "Absolutamente independientes del trust" ilustraron estos avisos que surgieron a partir de un llamado a concurso de la empresa.

En todas las propagandas se puede apreciar un sello con la inscripción "Licitación de dibujos - Piccardo y Cía." y el orden de mérito asignado por el jurado o el texto "adquirido por la sección publicidad". A diferencia de las publicidades modernas, en las que a lo sumo aparece el nombre de la agencia disimulado en algún lugar de la ilustración, estos avisos podrían entrar en la categoría de obras de arte ya que la gran mayoría estaba firmada por sus autores.

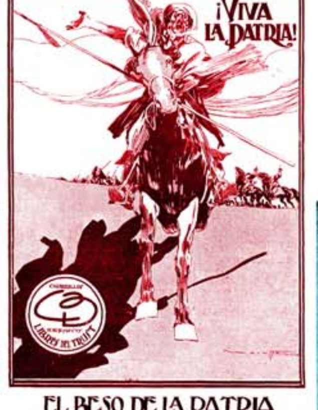
Los dos primeros premios el napoleónico "L´Empereur" y "Dernier Cri" (algo así como el último grito de la moda) pertenecen a Juan Carlos Alonso,[334] un caricaturista gallego, nacido en El Ferrol, La Coruña, en 1886 y fallecido en 1945. Emigró a la Argentina con 13 años y a los pocos años empezó a trabajar como mensajero en *Caras y Caretas*. Por su habilidad para la caricatura, pronto entró en la redacción como caricaturista. En 1919 pasó a dirigir él la revista y más tarde fundó y dirigió también la destacada revista *Plus Ultra*.

Otras firmas reconocidas son las del español Federico Ribas, conocido como "Mirko" quien obtuvo el tercer premio por su obra "Sueño de una noche de verano"; Francisco Benesch (quien fue ganador de dos premios en el concurso de afiches de los cigarrillos PARÍS), autor de la sugestiva dama fumando en la bañera con el título "Las delicias después del baño"; el italiano Filiberto Mateldi, director artístico de la revista *P.B.T.* y autor de "La vanitá" en la que el pavo real exhibe orgulloso el logo de EL 43 en sus plumas. También hubo obras de autores como el uruguayo Juan Hohmann, Eduardo Álvarez, Gabusi, Oñiverta (que usaba el seudónimo Treviño), Battaglini, Solano, Núñez, Hubert Whatley. La mayor parte de ellos figuran como artistas destacados en el sitio de internet del Museo del Dibujo y de la Ilustración.[335]

La segunda estrategia comercial contra el trust consistió en enfatizar el carácter de EL 43 como marca genuinamente argentina, a diferencia de la C. A. T. y de la Compañía Nacional de Tabacos (establecida en 1913, luego sería la Compañía Nobleza de Tabacos), ambas de capitales ingleses. Para ello en 1916 se publica[336] la composición del directorio y los gerentes de la empresa (formado por 9 argentinos, un uruguayo, un paraguayo y un chileno). En la composición del directorio figuraba como presidente: Juan L. Piccardo; vocales: Juan Oneto (uruguayo), Pedro Piccardo, Enrique J. Piccardo, Carlos A. Tornquist, Gustavo Frederking, Luis Costa, Juan B. Gaona hijo (paraguayo); sindico: David de Tezanos Pinto (chileno); síndico suplente: César C. Corti. En la administración estaban como gerentes los señores Ernesto Pasman y Juan E. Costa. El valor accionario total de la empresa era de $7.500.000, distribuido casi en partes iguales entre el presidente Juan L. Piccardo (18.750 acciones de 100 pesos) y los vocales Pedro Piccardo, Emilio J. Costa (sucesión) y Juan Oneto (18.700 acciones cada uno). El resto de los miembros del directorio poseían 50 acciones cada uno y otros ocho accionistas tenían una acción. Esta medida fue acompañada de la publicación de varios avisos[337] en los que se apelaba a símbolos, emblemas y fechas patrióticas, para enfatizar el origen verdaderamente argentino de la empresa.

¡LIBERTAD! ¡LIBERTAD! ¡LIBERTAD!

PRIMERA MARCA DE CIGARRILLOS DE LA REPÚBLICA



EL BESO DE LA PATRIA





De la época en la que Piccardo ya había absorbido a la C. A. T. rescatamos este relato[338] cuando la firma cumplió sus primeros 30 años de vida.

AYER Y HOY

Desde sus orígenes humildes (en los que el tabaco se procesaba en una picadora manual) nuestra firma tuvo, por sobre las legítimas aspiraciones del trabajo, una aspiración de orden moral: hacer obra argentina, contribuyendo, según las circunstancias nos lo permitieran, al enaltecimiento de la industria nacional en la rama a que nos dedicamos. Tenemos hoy en este sentido una tradición notoria, que no reposa en palabras, sino en hechos. Si nos enorgullece es porque, más que obra nuestra, es obra del público que nos permitió labrarla con una adhesión leal e invariable a las buenas causas, con una lucha tenaz en la independencia sistemática de nuestro esfuerzo y con una rectitud de conducta que había de tener como recompensa la consideración y la simpatía del comercio y de los consumidores.

PICCARDO y Cía. Ltda. S. A. Libres de. Trust

Por casi 80 años Piccardo fue una empresa esencialmente argentina, hasta que en 1977 se fusionó con su antiguo rival, la Compañía Nobleza de Tabacos, y finalmente fue absorbida por los capitales ingleses de la British American Tobacco.

Los avisos ilustrados por Juan Carlos Huergo



Decenas de avisos a todo color de los cigarrillos 43, creados por el ilustrador Juan Carlos Huergo,[339] formaron parte de una de las campañas publicitarias de mayor valor artístico dentro de las realizadas por la industria del cigarrillo. Huergo[335] (1889-1962) fue pintor, dibujante, litógrafo e ilustrador. Descendiente de tres generaciones de argentinos, nació sin embargo en París, llegando a la Argentina a la edad de un año. Comenzó trabajando en *Caras y Caretas*, para colaborar luego en casi todas las revistas y diarios de la época. Como dibujante se dedicó especialmente a retratar escenas costumbristas y gauchescas, siendo el ilustrador de obras literarias, como por ejemplo *El Matadero* de Esteban Echeverría. Entre sus dibujos inolvidables figuran los ya mencionados de los cigarrillos 43 (de los cuales contabilizamos más de 40 en color y una cantidad similar en blanco y negro), y el personaje Juan Bonete, para las tapas de la revista *Gran Bonete*. Las variadas publicidades que presentamos son del período 1917-1920. Hemos seleccionado algunas relacionadas con cuentos infantiles, que se muestran en la primera fila; en ellas aparecen hadas, magos, gnomos en medio de bosques y castillos, o bien dibujos de niños y bebés junto a aves, monos o ratones. Los avisos que están debajo se caracterizan por la presencia de niños, todos ellos fumando y acompañados por animales, principalmente perros. En el resto de las ilustraciones encontramos motivos egipcios, orientales, payasos, conquistadores, animales e insectos nocturnos, y hasta dibujos con cierto aire *art nouveau*, como el de la dama con la cabellera roja y el antifaz, coronando en el cielo el desfile de elefantes y jirafas.

Huergo también fue el ilustrador del almanaque de los cigarros AVANTI del año 1946, en el que aparecen acuarelas y tinta en blanco y negro acompañando las estrofas del *Fausto Criollo*, un poema humorístico escrito por el poeta argentino Estanislao del Campo.

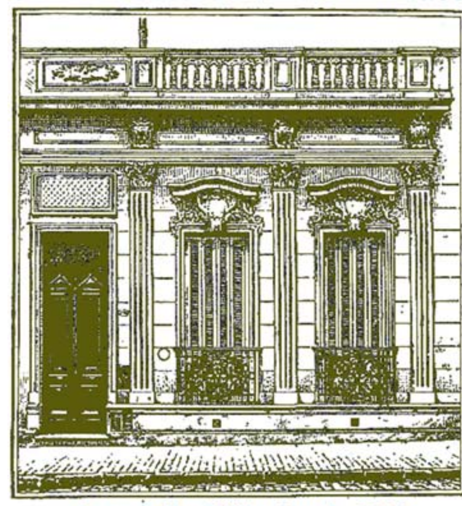
Los premios y los concursos



Los fabricantes de los cigarrillos 43 se definen como[340] "Los primeros que hemos obsequiado a nuestros favorecedores de esta forma" refiriéndose a que Piccardo fue la primera empresa en la Argentina que canjeaba por premios los cartoncitos que venían en los paquetes de los cigarrillos 43 y CASINO de 20 centavos.
A estos cupones se los denominaba "cartoncitos de canje" y, con un valor de 2 centavos, podían canjearse por una inmensa variedad de objetos que ofrecía la empresa. Estos cartoncitos también eran aceptados por los vendedores de cigarrillos en lugares fijos o ambulantes, a cambio de paquetes de cigarrillos. Los cupones venían numerados, pero para conseguir los premios que entregaba la firma y que se detallaban en folletos incluidos en el paquete, no era necesario formar series ni colecciones.
Los premios se pagaban directamente en la fábrica de la calle Defensa 1278, en la sucursal de Rosario y en el resto de país a través de los representantes y corredores viajeros, vía ferrocarril o por el Expreso Villalonga.
La exposición de objetos estaba (hacia 1904) en la calle Florida 81, en el local de la firma José Sacco y Cía. Debido a la enorme demanda de premios, en 1906 la exposición y la entrega de premios se había mudado al edificio en el que se localizaban las oficinas de Piccardo, calle Defensa 1285, justo frente a la fábrica.
La variedad de premios que podían conseguirse acumulando los cupones era enorme: abanicos, alfileres corbateros, anillos, billeteras, bastones, carteras, cigarreras, cortaplumas, cadenas, cinturones, facones, gemelos, prendedores, paraguas, relojes (Longines, Girard Perregoud, Censor, Ulises Nardin, Advance, L´Extol, Roskopf), sombrillas; muchos de ellos con partes de oro, plata o piedras solo estaban a disposición de aquellos que pudieran acumular grandes cantidades de cupones. A partir de 10 cartoncitos ya podía obtenerse algún obsequio y para un reloj Longines de oro de 18 quilates eran necesarios 7000.
Para tener una idea de la magnitud de dinero que involucraba el canje de premios, en 1906 la fábrica anunciaba[341] que ya había recompensado casi 18 millones de cupones, lo que equivalía a $360.000. Al año siguiente otro aviso[342] destacaba que entre 1903 y 1907 Piccardo había gastado más de $170.000 solo en la compra de relojes Longines de oro, plata, acero y níquel a los joyeros Perusset & Didisheim, únicos representantes de la marca en el país.
Como respuesta a las fábricas cuyo lema era que por la calidad de su tabaco no ofrecían premios a sus fumadores, EL 43 hacía notar en sus avisos que esos mismos empresarios incluían cupones en los cigarrillos que vendían en la campaña (el interior del país). Y remataban la propaganda con la frase "Fumar bien y conseguir un buen regalo no se debe despreciar".[343]

La fábrica de los cigarrillos 43 no se caracterizó por la realización de sorteos, ya que la forma de otorgar premios a sus favorecedores era a través de los cupones de canje. Incluso en algunas propagandas[344] en las que se destaca el valor de canje de los cartoncitos, avisaba a los consumidores que las etiquetas de los cigarrillos no tenían valor alguno. Solicitaba también a los fumadores que inutilizaran la estampilla fiscal para que no caiga en manos mercenarias y finalizaba diciendo “No hacemos ni patrocinamos concursos de etiquetas”.

Sin embargo, a fines de 1920 Piccardo anuncia un Gran Concurso Nacional de los cigarrillos 43 con 1010 valiosos premios.[345] El certamen estuvo vigente desde el 01 de diciembre de 1920 clausurándose el 30 de septiembre de 1921. Para participar había que juntar 100 etiquetas completas de los cigarrillos 43 de 20, 30 ó 40 centavos que se canjeaban por un cupón numerado y seriado. Se otorgaban 100 premios para cada una de las diez series y además un Gran Premio Extraordinario y nueve Especiales entre todos los cupones. El premio más importante era una casa en la calle Billinghurst 2289 de la Capital Federal, y los siguientes eran 10 autos Studebaker, 10 pianos automáticos Sterling Breyer y 30 juegos de muebles Maple. También había juegos de cubiertos finos, relojes de péndulo, relojes Longines de oro, vajillas de porcelana, máquinas de coser, máquinas de escribir, etc.



Casa calle Billinghurst, 2289

La oficina central de canje de marquillas y exposición de premios estaba en la calle Pellegrini 326. Debido a la gran demanda de cupones debieron abrirse oficinas auxiliares para la recepción de los cupones en varias ciudades de la provincia de Buenos Aires como La Plata, Bahía Blanca, Tandil, Tres Arroyos, por citar algunas. También en Santa Fe, Corrientes, Córdoba, San Luis, Santiago del Estero, San Juan, Mendoza, Jujuy y el Territorio de La Pampa. El sorteo de los 1010 premios se efectuó el 23 de octubre de 1921 en el Parque Japonés. Para asignar el orden de los premios se utilizó el mismo procedimiento que en un sorteo de la Lotería Nacional; en un bolillero se colocaron los números correspondientes a los cupones y en otro las 100 bolillas que indicaban el orden. El número ganador fue el 67.416 de la serie J que se hizo acreedor de la propiedad. Al resto de las series con el mismo número les correspondieron los nueve premios especiales. En el extracto con el orden de los cupones premiados que salió publicado[346] puede verse que algunos números superan el 100.000, de donde se deduce que se repartieron más de un millón de cupones a cambio de 100 millones de marquillas.



Apenas finalizado este certamen se lanzó una segunda edición de similares características, esta vez con un primer premio de 15 casas situadas sobre la calle Páez entre Terrero y Trelles en el barrio porteño de Flores.

Este concurso fue tan exitoso como el anterior y hacia principios de 1923 aparece una nota gráfica[347] en la que se presentan a los felices ganadores mientras firman, ante escribano público, las escrituras de sus nuevas viviendas.

Piccardo y la mujer

Al igual que en muchas otras marcas de la época, la imagen femenina no podía faltar en las marquillas de los cigarrillos EL 43. Las carteritas de 20 centavos traían fotograbados de hermosas mujeres en la cara posterior y en las dos caras internas. Desconocemos cuántas modelos aparecieron retratadas en las etiquetas de Piccardo, pero hemos encontrado más de cien fotografías distintas, algunas de ellas de una misma mujer. Al momento de escribir estas líneas hay catalogadas más de 100 etiquetas diferentes, por lo que no es descabellado inferir que durante los más de treinta años que se vendió esta presentación de EL 43, varios cientos de damas hayan aparecido embelleciendo sus etiquetas. Con mujeres jóvenes y no tan jóvenes, con peinados elaborados o con sombreros de distintas formas y diseños, retratadas en primer plano o de medio cuerpo, la riquísima variedad de fotografías hace de estas marquillas un objeto realmente apreciado por los coleccionistas.



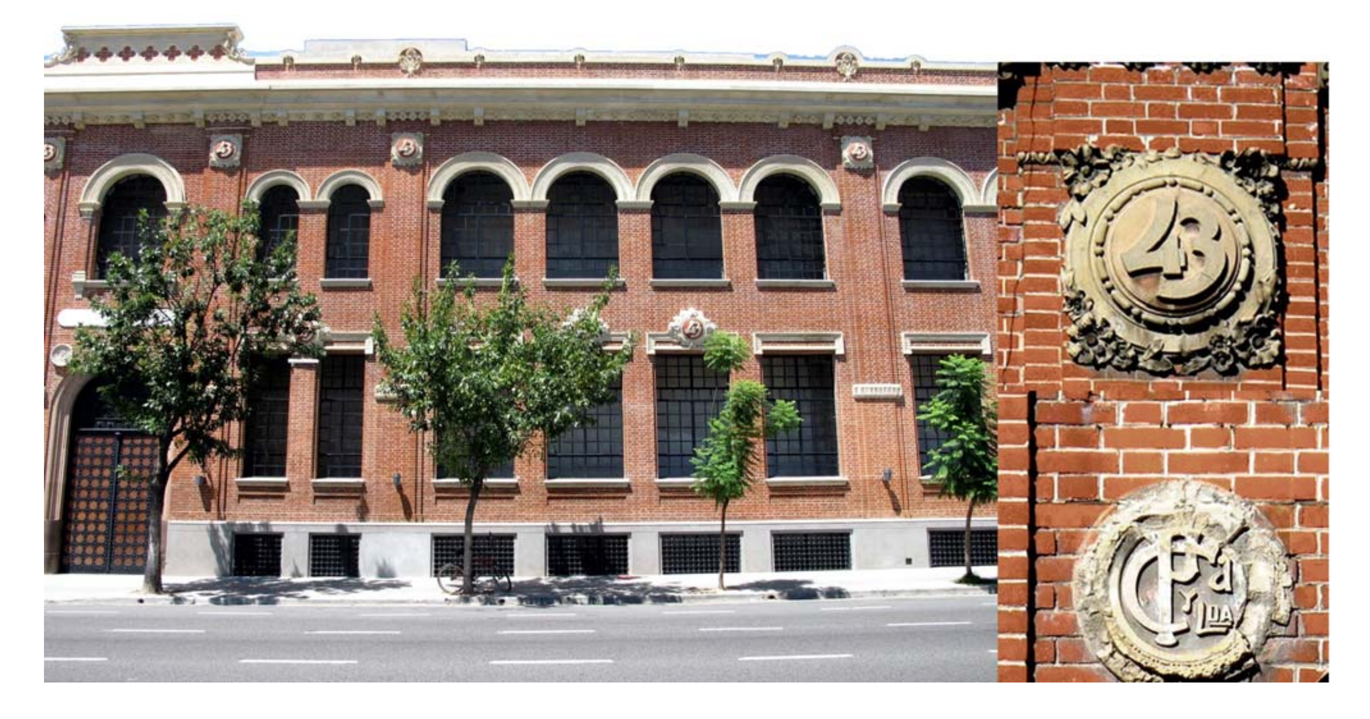


Pero las fotos de mujeres no eran propiedad exclusiva de las marquillas, sino que se utilizaron durante varios años en las publicidades gráficas. Desde 1904 hasta fines del año 1911 todos los avisos de EL 43 que aparecieron en la revista *Caras y Caretas*[348] estuvieron acompañados por un rostro femenino, a veces de niñas (incluso fumando), la mayor parte de bellas mujeres.

En esa época las propagandas de EL 43 se contrataban semana de por medio (dos veces al mes) y cada diseño se repetía durante varios números. En total contabilizamos casi cuarenta modelos distintas que ilustraron las publicidades, casi todas diferentes a las que aparecieron en las marquillas. También fueron muy variadas las formas de representar el número 43 en los avisos, no respetando la tipografía ni el formato que se utilizaba en las etiquetas de los cigarrillos.

El edificio histórico de la calle San Juan

Como ya mencionamos, a los pocos años de crearse la empresa Piccardo y Cía., su fábrica se había mudado del pequeño local en la calle de la Piedad a la calle Defensa 1278, expandiéndose aproximadamente en 1918, hacia la avenida San Juan 350, a la vuelta del edificio de la calle Defensa. Una parte del terreno de la Av. San Juan, de unos 300 m^2 de superficie, había sido adquirido en 1916 por $35.000 a la familia Fumasoli.[349] La fachada externa de la fábrica con ladrillo rojo inglés a la vista es similar a los galpones de la zona portuaria, pero con una terminación mucho más cuidada. Desconocemos la fecha exacta en la que los edificios del barrio de San Telmo dejaron de utilizarse, pero hacia mediados de 1930 en las marquillas producidas por la firma comenzó a aparecer la dirección Uspallata 1720 del barrio de Barracas, fábrica anteriormente utilizada por la C. A. T., por lo que suponemos que estos edificios se continuaron usando solo como depósitos.
En la Av. San Juan 350 funciona actualmente, y desde 1987, el Museo de Arte Moderno de Buenos Aires (M.A.M.B.A.), ideado y fundado por el crítico de arte Rafael Squirru en 1956, concebido como un espacio de vanguardia no solo de las artes plásticas, sino también de géneros como la fotografía y el diseño. El imponente edificio fue restaurado completamente y reinaugurado en 2011 y aún conserva los logotipos[350] de los cigarrillos 43 y de la fábrica de cigarrillos Piccardo y Cía. Ltda. en varios lugares de su frente. El Dr. Juan Martín Oneto Gaona[351] (nacido en Montevideo en 1913 y fallecido en la ciudad de Buenos Aires en 2006) abogado e hijo de Juan Oneto, uno de los creadores de EL 43, solventó el acondicionamiento y el mantenimiento del M.A.M.B.A. e hizo colocar en el frente del edificio una pequeña placa de mármol para homenajear a su padre con la inscripción "Restauración de la fachada donación de Juan Martín Oneto Gaona - En memoria de Juan Oneto, creador del 43".

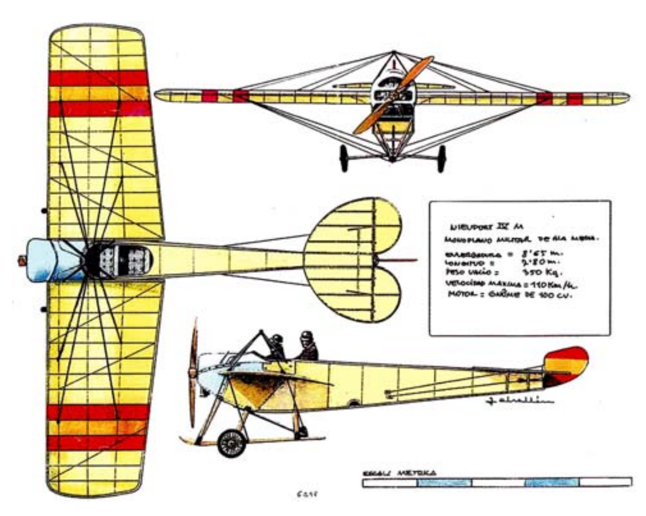


Una buena parte del edificio de la calle Defensa fue demolida para la construcción de la autopista 25 de Mayo a fines de la década de 1970. Sobre la calle Defensa 1220 funcionó entre los años 1997 y 2011 el Museo del Cine Pablo Ducrós Hicken,[352] que actualmente se ha mudado a un edificio histórico del barrio de la Boca. Este museo fue fundado en 1971 con el nombre de un coleccionista de maquinarias cinematográficas que donó gran cantidad de piezas al patrimonio cultural de la ciudad de Buenos Aires. Es el único museo público dedicado enteramente al cine nacional y tiene entre sus objetivos fundamentales recuperar las realizaciones de sus creadores, artistas y trabajadores. Se ocupa también de rescatar material fílmico, objetos de rodaje, guiones, fotografías, bandas de sonido, publicidad, críticas y demás elementos relacionados con la producción cinematográfica.

Algunas anécdotas de los cigarrillos 43

A principios de 1912 el Ejército Argentino, con el asesoramiento del Aero Club Argentino, decide encarar la creación de una escuela y una aeroestación militar.[353] Debido a las limitaciones presupuestarias del ejército se organizó una suscripción popular e inmediatamente se recibió una donación para la futura aeronáutica militar. En efecto, la firma Piccardo y Cía. fue la primera en ofrecer dinero para adquirir un aeroplano de tipo militar cuya elección quedaría librada al juicio del ministerio o de los técnicos que al efecto éste designara. El Gobierno Nacional aceptó la aeronave que se llamaría Argentina y dictó un decreto que en el artículo 2º de su parte resolutiva expresaba:

Desígnase una comisión compuesta por el Jefe de la Secretaría del Ministerio de Guerra, Coronel D. Martín Rodríguez, el Presidente del Aero Club Argentino y el aviador D. Leo Fels, para que, previo los estudios del caso, asesoren al Ministerio de Guerra respecto del tipo de aeroplano militar que convenga adquirir, para hacérselo saber a los señores Piccardo y Cía. como lo solicitan en su nota.



Entre las principales donaciones para la escuela de aviación merecen citarse las de Piccardo y Cía. y la del Sr. Alberto Castex. Cada uno financió la compra de un avión monoplano Nieuport M IV-Gnôme de 100 HP,[354] el primero llamado Argentina y el segundo Eduardo Castex.

La Compañía Argentina de Tabacos Ltda. también contribuyó considerablemente con la suscripción popular. Pagó los honorarios y el contrato por tres meses de instrucción del piloto aviador francés don Marcel Paillette y adquirió tres aeronaves: un biplano Henri Farman-Gnôme de 50 HP, un monoplano Blériot IX-Gnôme de 50 HP (al que se llamó CENTENARIO, como la marca producida por la C. A. T.) y un monoplano Nieuport-Gnôme de 50 HP. Posteriormente esta donación fue ampliada con el importe de los sueldos del personal de mecánicos y costo de los combustibles empleados hasta el 31 de diciembre de 1912.

Hacia mediados de 1914 había estallado en Europa la Primera Guerra Mundial. La sociedad argentina no era ajena a dicho conflicto y existía una real preocupación por la evolución del conflicto. A fines de ese mismo año[355] la tabacalera Piccardo y Cía. publicó la siguiente solicitada:

AL PÚBLICO

En esta hora suprema, en que todo el mundo contempla atónito el cataclismo qué tiene por teatro el viejo continente, ajenos por todo concepto a ese pavoroso conflicto, ofrendamos, sin embargo, nuestros votos para que la paz sea la aurora que brille pronto en el horizonte.

Llenado este elemental deber de nuestra neutralidad, enviamos a todos nuestros amigos y favorecedores, los augurios más sinceros, para que 1915 ofrezca a las actividades nacionales todo género de provechosas iniciativas, a la vez que la labor proficua rinda a las industrias madres, los beneficios anhelados legítimamente por el esfuerzo colectivo.

Nosotros seguiremos la lucha, manteniendo inalterable la calidad de nuestros productos. A ella debemos los éxitos obtenidos en los quince años de nuestra actuación industrial. No sacrificaremos por ningún concepto la calidad y elaboración de las materias primas, para crear procedimientos que afecten la bondad del artículo.

Por lo demás, esta sociedad, institución industrial argentina, en la más amplia acepción de la palabra, constituye, por la acción de todos sus miembros y colaboradores, por su capital y conducta, la muralla en que continuarán estrellándose los TRUSTS o los MONOPOLIOS, cualesquiera que sea su procedencia. Para combatirlos, contamos con la decidida cooperación del público, al que le ofreceremos siempre un producto digno de sus legítimas exigencias.

PICCARDO & Cía. Ltda.



En enero de 1914 la firma Piccardo y Cía. comenzó con la publicación de una serie de avisos[356] llamada ¨Las Cinco Armas" firmadas por el ilustrador Solano. La idea era homenajear a las cuatro ramas en las que entonces se organizaba el Ejército Nacional. La "Quinta Arma" correspondía a los cigarrillos 43. La más reciente división del Ejército era la Aviación (luego conocida como Fuerza Aérea) que, como ya mencionamos, había iniciado sus primeros ensayos en 1912. En la publicidad correspondiente a esta arma (aparecida en *Caras y Caretas* el 07 de febrero de 1914) se ilustra a un primitivo aeroplano sobre cuyo fuselaje pueden leerse los apellidos de algunos de los pioneros de la aviación en la Argentina. De arriba hacia abajo aparecen los nombres del militar Manuel Félix Origone (fallecido en un accidente aéreo el 19 de enero de 1913, convirtiéndose en la primera víctima fatal de la aviación argentina); Lorenzo Eusebione, aviador civil fallecido el 26 de enero cuando realizaba pruebas en el aeródromo de Villa Lugano; José María Pérez Arzeno, quien murió el 11 de abril de 1913, mientras intentaba unir el trayecto entre Pergamino y Rosario. El siguiente en la lista era el reconocido aviador, deportista, funcionario e ingeniero Jorge Newbery. Al ver su nombre a continuación de los tres pilotos fallecidos Newbery protestó enérgicamente ante la fábrica de los cigarrillos 43. El fragmento de la carta que mostramos fue enviado por el aviador a varios medios gráficos para hacer notar su descontento.[357] Ante sus amigos Newbery bromeó diciendo "*Podían haber separado con una raya los nombres de los muertos, porque así leída de corrido esa lista, que en su comienzo es una lista necrológica, diríase que resulta una sentencia de muerte para mí, para Fels, para Mascías… ¿Me tocará el turno ahora?*".

Estimados Señores:
Con el consiguiente desagrado he visto en una revista el aviso que Uds. publican como reclame de la apreciable casa de Uds.
Lamento que hayan Uds. incluido mi nombre en la lista de los aviadores fallecidos, haciéndome figurar en el aviso inmediatamente después del último caído en aras de la aviación.
Además, me desagrada que mi nombre aparezca como elemento de reclame.
Saludo a Uds. con mi consideración más distinguida.



Y el fatal vaticinio del aviador no tardó mucho en cumplirse. El aviso de los cigarrillos 43 resultó ser un trágico presagio de lo que ocurriría solo tres semanas después. El 01 de marzo de 1914 Newbery estaba realizando una demostración en Los Tamarindos (actualmente El Plumerillo), Mendoza, previa al primer cruce aéreo de los Andes. Repentinamente el avión Morane-Saulnier (que pertenecía a Teodoro Fels) cayó en el campo de aviación provocando la muerte del piloto a la edad de 38 años. La manufactura Piccardo envió una nota de disculpas y aportó una considerable suma para la realización del monumento. Debido a la enorme popularidad que tuvo, Newbery es considerado el primer ídolo de nuestro país no originado en la política. Su nombre aparece en innumerables barrios, calles, escuelas e incluso en el aeropuerto de la Ciudad de Buenos Aires.

Afortunadamente, el fatal presagio no se cumplió para los tres siguientes aviadores de la lista Teodoro Fels, Alberto Mascías y Raúl Goubat. Alfredo Agneta no tuvo la misma suerte y murió en un accidente aéreo en octubre de 1914.

En 1938 la empresa Piccardo, a través de sus cigarrillos 43, hizo un desafío a los futbolistas profesionales de la primera división del fútbol argentino.[358] Prometió premiar con dos mil pesos al jugador que convirtiera en el torneo de ese año exactamente 43 goles. Restando aún por jugarse la última fecha del campeonato, Arsenio Erico, el máximo goleador en la historia del fútbol argentino, ya había logrado 41 goles y a su equipo, Independiente de Avellaneda, le tocaba enfrentarse con Lanús. Solo unos pocos minutos habían transcurrido desde el inicio del partido, y Erico ya había logrado dos goles para redondear la cifra mágica de 43. De ahí en más cada vez que Erico se acercaba al arco rival, el mismo público le recordaba que ya no debía seguir haciendo goles; entonces Erico retrocedía y buscaba a algún compañero para cederle el pase de gol. Aquella terminó siendo una tarde de fiesta completa, Independiente finalmente se impuso a Lanús por 7 a 1, consagrándose campeón del fútbol argentino, y Erico consiguió acabar el torneo con exactamente 43 goles. Piccardo le entregó a Erico una medalla de oro y los 2000 pesos de premio, que compartió con el resto de sus compañeros. Viendo la posibilidad de concretar un buen negocio comercial, los directivos de Piccardo le propusieron a Erico lanzar una nueva marca de cigarrillos con su nombre y su foto en cada atado, además de abonarle un porcentaje de las ventas. Erico agradeció la oferta, pero la rechazó argumentando que él creía que el cigarrillo no era asociable con el deporte.



La fábrica de EL 43 ya venía publicitando en los espectáculos deportivos desde hacía varios años. Por ejemplo, en 1924 el club San Lorenzo de Almagro[359] firmó el primer contrato de publicidad de su historia por un monto de $150 anuales, a cambio de colocar un enorme cartel de los cigarrillos 43 en una de las tribunas del antiguo Gasómetro de avenida La Plata, en el barrio de Boedo.

En general es poco conocido que además de elaborar y vender cigarrillos, Piccardo también comercializó desde mediados de la década de 1910 cigarros tipo habano con la marca 43.[360] Para ello registró la marca en nuestro país en febrero de 1914 (acta Nº 44281) y también en la República de Cuba y hacía fabricar especialmente en la calle Galiano 96 de La Habana alrededor de 30 variedades (o vitolas) diferentes de puros. De ellas había cinco que eran las preferidas y las de más venta entre los fumadores argentinos, que podían clasificarse, según la forma y el tamaño del habano, en tres grupos. Dentro de la categoría denominada Parejos (que se caracterizan por ser rectos y con un extremo redondeado) estaban las vitolas Coronas y Coronitas. Los habanos Rey Eduardo y los Aristócratas entraban en la categoría de Torpedos con los extremos en forma de punta, y por último los Excepcionales podían ubicarse en la categoría Perfecto por sus puntas afinadas y su centro más abultado. Estos cigarros de puro tabaco de La Habana se siguieron fabricando en Cuba y vendiendo en nuestro país al menos hasta 1921, ya que algunos de los premios del Gran Concurso Nacional de los cigarrillos 43 realizado ese año consistían en cajas de 25 cigarros habanos de las variedades Gran Corona o Rey Eduardo.



En 1913 Piccardo contrató la publicidad del mes de mayo del número almanaque de *Caras y Caretas*.[361] Ese fue uno de los contados avisos color que la firma publicó en la revista. La ilustración del niño con un atado de cigarrillos en la mano, simboliza al nuevo año 1913 que despide a 1912. El dibujo estaba acompañado por el siguiente poema,



La Argentina, al ver surgir,
con júbilo el Año Nuevo,
confía en que este mancebo
predice buen porvenir.
De lo inteligente que es
da pruebas este chiquillo
pues ya fuma un cigarrillo
de marca Cuarenta y Tres
¡Síntomas, anunciadores
de que durante su vida,
será marca preferida
de los buenos fumadores!

¿Y cómo no lo ha de ser,
con el ejemplo que ha dado
su padre, el Año Pasado,
que acaba de fenecer?
¡Miradle! Desfallecido
con el peso se desliza
de tanta y tanta ceniza
del tabaco consumido.
Y aunque en el mundo todo es
humo y ceniza, es verdad
que la mayor cantidad
la ha dado el Cuarenta y Tres.

En la vida diaria, el nombre del cigarrillo 43 formó parte de un entretenimiento infantil de muchas generaciones de niños hasta fines del siglo XX. Para jugar al Cigarrillo 43 un niño se colocaba contra una pared y el resto del grupo se ubicaba lo más alejado posible. El que estaba contra la pared se ponía de espaldas diciendo: "1, 2, 3… Cigarrillo 43" y al terminar se daba vuelta rápidamente hacia los demás jugadores. Mientras el jugador permanecía de espaldas diciendo la frase, el resto se adelantaba tanto como podía tratando de alcanzarlo, pero debían quedarse inmóviles en el momento en que se daba vuelta. Aquellos que se movían debían salir del juego o comenzarlo nuevamente. El proceso se repetía hasta que alguno de los jugadores llegaba hasta la meta, era declarado ganador del juego y tomaba el lugar del que decía la frase. La repercusión de este inocente juego infantil llegó al teatro en el festival "El Cruce" del año 2006 en el que la directora Graciela Casanova y su grupo Fet-a-má pusieron en marcha la obra de teatro Cigarrillos 43.[362]

Cómo habrán estado incorporados estos cigarrillos en el quehacer cotidiano de todos los habitantes de la Argentina, que hasta ¡existe un tango![363] Luis Buttaro fue el compositor y la obra recibió el nombre *Libre del Trust* dedicado a Piccardo y Cía. productores de los cigarrillos marca 43, en su lucha contra el monopolio de la C. A. T.

Finalizamos esta descripción de anécdotas de la tabacalera que fabricó los cigarrillos más emblemáticos de la Argentina, con un reconocimiento[364] que realizaron los propios empleados a sus patrones. El 31 de diciembre de 1911, en un acto que se llevó a cabo en uno de los departamentos de la fábrica, la totalidad de las obreras y operarios de la casa se reunieron para hacer entrega a los propietarios de una placa de oro y un pergamino. La placa tenía la leyenda "*Las obreras y obreros de la casa de los señores Piccardo y Cía. graban en estas letras de oro la expresión de su gratitud y cariño y rinden un justo homenaje a la nobleza y caballerosidad de sus queridos patrones. 1º de enero de 1912.*". El pergamino, de grandes dimensiones como puede verse en la fotografía, tenía un dibujo artístico, una dedicatoria y la firma de los cientos de empleados de la empresa.



Los fundadores de EL 43

Contrariamente a lo realizado con el resto de las firmas que hemos descripto, terminamos esta reseña sobre la Manufactura de Tabacos Piccardo presentando algunos datos que hemos podido reunir sobre los iniciadores de la tabacalera con más historia del país. Si bien la información disponible no es tan abundante como en los casos de Malagrida o Durán, es sabido que gracias al éxito económico en la industria del tabaco, los apellidos Oneto y Piccardo pasaron a formar parte de las tradicionales familias argentinas.

Según los datos del censo de 1895 Juan León Piccardo nació en la Argentina en 1856 o 1857, era tenedor de libros y se había casado en 1885 con la también argentina Juana Ratto, cuatro años menor que él. Hasta 1895 habían tenido dos hijos, Carlos Blas que contaba con 9 años y Mario de 7, aunque aparentemente tuvieron al menos una hija mujer.[365] Juan L. Piccardo ocupó el directorio de la S.A. Manufactura de Tabacos Piccardo y Cía. Ltda. hasta 1926, según las convocatorias a asambleas de accionistas que aparecieron en el Boletín Oficial. Algunos datos indican que falleció a fines de ese mismo año[366] (o bien en el año 1929) y sus restos descansan en la bóveda familiar en el cementerio de la Recoleta. Además de la presidencia de la tabacalera, Juan Piccardo ocupó cargos directivos en la Compañía Aseguradora Argentina, el Banco Argentino y la California de Petróleo. Otros miembros de la familia que ocuparon cargos en la empresa fueron Pedro y Enrique J. Piccardo. Según los datos del censo de 1895, Pedro habría nacido en 1870 y su hermano Enrique en 1879. Desde 1928 y al menos hasta 1935 Pedro ocupó la presidencia y Enrique la vicepresidencia del directorio de Piccardo. Ambos también tuvieron cargos directivos en distintas sociedades anónimas como la Compañía Argentina de Lámparas Eléctricas, el Banco Americano del Río de la Plata, el Banco Argentino, el Establecimiento Gráfico Argentino (ex imprenta Günche, Wiebeck y Turtl), el club Gimnasia y Esgrima de Buenos Aires, el Instituto Científico del Radium, entre otras. Desafortunadamente no hallamos datos certeros sobre el parentesco de Juan León con Pedro y Enrique. Por los años de nacimiento especulamos que puede tratarse de sus sobrinos, hijos de Antonio Piccardo.

Por el lado de Juan Oneto, sabemos que era hijo de Juan Oneto Massini y Jacinta Pisano (uruguaya) y que nació en Uruguay entre 1871 y 1872. Tenía solo 26 años al formar la sociedad con Juan Piccardo quien ya tenía 41 años (por lo que no era un "joven" como se menciona en el artículo de la revista española). Esta diferencia de edad probablemente explique por qué la firma terminó llevando el nombre Piccardo. Juan Oneto se casó el 9 de junio de 1901 con Regina Gaona Corti, hija de Juan Bautista Gaona y Regina Toribia Corti, en la Catedral Nuestra Señora de la Asunción, en Paraguay. Uno de los hermanos de Regina, Juan Bautista Gaona (hijo), fue director gerente de Piccardo, al menos hasta 1935. Juan Martín Oneto Gaona, uno de los hijos del matrimonio, ingresó en el directorio de Piccardo y Cía. en 1941 y fue elegido presidente en 1954, cargo que ocupó mientras la empresa se mantuvo como una firma independiente. En 1977 participó de la fusión que dio lugar a Nobleza-Piccardo (de la cual fue su primer presidente), que así pasó a tener el 63 por ciento del mercado tabacalero en el país. Fue también presidente de La Oxígena, de la Unión Industrial Argentina, director de la minera Minacar, socio caracterizado del Jockey Club, interventor de la A.F.A. y miembro del consejo directivo de la Bolsa de Comercio porteña.



La Compañía Argentina de Tabacos



El comienzo del trust tabacalero en la Argentina

A partir de 1880 empiezan a insinuarse en Europa dos tendencias económicas, por un lado la formación de capitales financieros y por otro el establecimiento de grandes monopolios. Los banqueros y financistas buscan nuevos mercados en donde colocar su dinero y arriban a los países poco desarrollados pero con economías crecientes,[367] como la Argentina o Brasil, en donde fusionan el capital bancario con el industrial, controlando así diversas ramas de la producción.

En el año 1910 Gran Bretaña tenía invertidos en la Argentina unos 500 millones de libras esterlinas (unos 80.000 millones de dólares actuales), aunque de ese monto solo un 3% correspondía a empresas que elaboraran productos industrializados.[368] Por entonces existían fundamentalmente dos tipos de inversiones: el capital productivo correspondía a las industrias que se trasladaban a otros países con técnicos y maquinarias, realizando grandes inversiones para producir sus propios productos. Por otro lado, el capital financiero consistía en la radicación de grandes capitales en efectivo destinados a financiar distintos tipos de industrias y que solo se interesaban en conocer el valor porcentual de sus utilidades en relación a la inversión. Este último es el caso del grupo financiero d'Erlanger, formado en París en la primera mitad del siglo XIX y luego establecido en Inglaterra a partir de 1870. Estos grupos de inversión recibían el nombre[369] de "Burguesía Cosmopolita" por el origen de sus integrantes y el alcance internacional de sus inversiones.

El Barón Emile Beaumont d'Erlanger (1866-1939) fue el segundo hijo del banquero alemán Frédéric Emile d'Erlanger y de la norteamericana Marguérite M. Slidell. Emile Beaumont siguió los pasos de su padre como banquero y financista, tomando el control del grupo económico desde muy joven. A pesar de haber nacido en Francia, vivió la mayor parte de su vida en Inglaterra y se naturalizó británico en 1911. Su hermano Frederic Alfred también fue banquero, aunque adquirió mayor fama como compositor musical. En el libro *Investments in America and the British West Indies* el agente del Departamento de Comercio de EE. UU. F. M. Halsey[370] menciona las distintas inversiones de los d'Erlanger en Sudamérica presidiendo, o formando parte de, los directorios de las siguientes empresas: Argentine Iron & Steel Co., Forestal, Timber & Railway Co. Ltd., Leach's Argentine Estates, Ltd., Chilean Stores (Gath & Chaves) Ltd. y, finalmente, The Argentine Tobacco Company Ltd.

Nunca más cierto que el capital no tiene patria. Víctor Negri (1863-1918), originario de la Lombardía, fue quien intervino en la compra para los banqueros ingleses (algunos con raíces francesas) de las principales industrias del tabaco en la Argentina, que estaban mayoritariamente en manos de inmigrantes españoles.

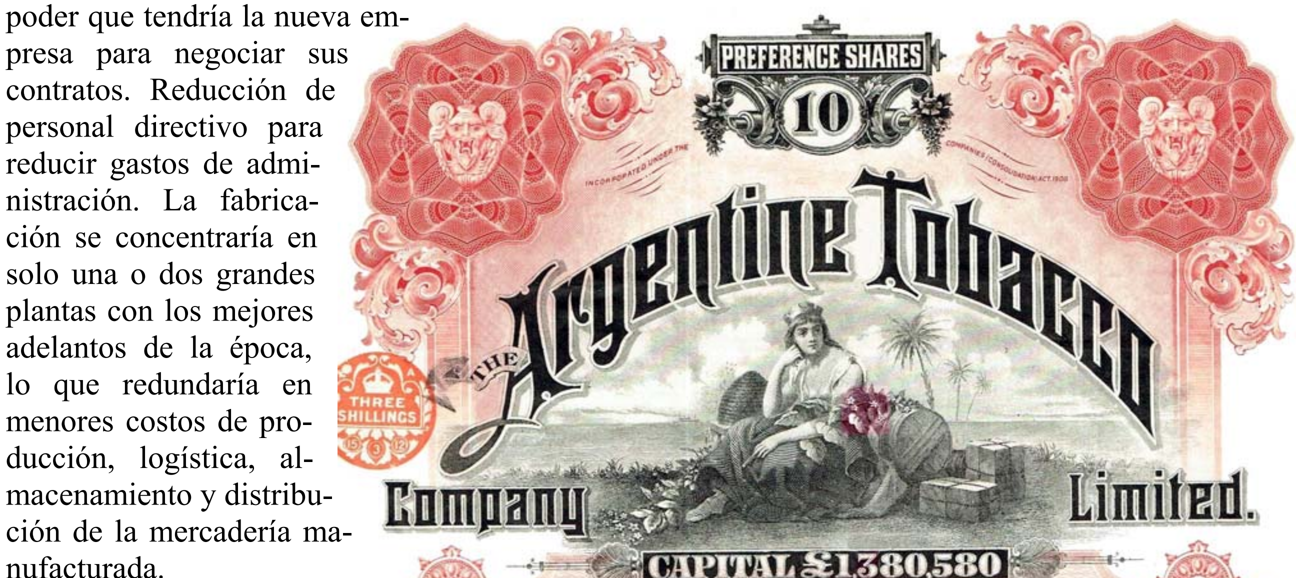
The Argentine Tobacco Company Ltd., Compañía Argentina de Tabacos, o también la C. A. T. en su abreviatura comercial más usual, fue el más extraordinario trust de la industria del tabaco en el país, y durante casi diez años, el árbitro absoluto en cuestión de marcas y precios. Los contratos entre el conglomerado financiero inglés y las firmas tabacaleras locales comenzaron a firmarse[371] en junio de 1911. El Baron Frederic Portalis, banquero, comerciante y dueño de la empresa azucarera Portalis y Cía., fue



quien actuó como el agente local de la C. A. T. en la ciudad de Buenos Aires representando los intereses ingleses. Un primer pre-contrato con Álvarez y Cía., Juan Canter, Compañía General de Tabacos, León Durán, M. Méndez de Andés y Piccardo y Cía. se firmó el 17 de junio de 1911. Un segundo acuerdo entre las mismas partes se rubricó el 20 de julio. Entre septiembre y octubre se firmó el contrato final al que se agregaron, además de las ya mencionadas, las tabacaleras porteñas de Fermín Subízar, José León y Cía., José M. Busto, Enrique Martínez, Rodríguez y D'Amico y Ulrich Minuto y Cía. y la rosarina de Testoni, Chiesa y Cía. Motivos muy probablemente económicos llevaron a que Piccardo desistiera de asociarse al resto de las fábricas aun después de haber firmado un contrato inicial.

Previo a la compra, la empresa inglesa realizó un minucioso análisis del estado financiero de las tabacaleras argentinas para el que contrató al estudio contable de Deloitte, Plender, Griffiths y Cía. Este determinó que durante los dos últimos años la ganancia acumulada por las 12 firmas llegaba a más de £500.000 y se estimaba una ganancia de casi £200.000 para el segundo semestre de 1911. Las 12 fábricas tenían en total unos 2000 obreros y más de 50 marcas registradas de cigarrillos, cigarros y tabacos. Todas las marcas registradas, acciones, plusvalía, etc., pasaban a la Compañía Argentina de Tabacos, que también tenía la opción de hacerse cargo de las fábricas, locales, plantas y maquinaria de las diferentes empresas.

El directorio de la C. A. T. argumentaba que el beneficio de concentrar la manufactura de cigarrillos había sido ampliamente demostrado en Inglaterra y Norteamérica y que su iniciativa buscaba aplicar el mismo procedimiento en la Argentina. Entre las ventajas de formar una mega-compañía integradora se mencionaban: eliminación (o reducción importante) de la competencia en la compra de tabaco de modo que un solo comprador se ocuparía de negociar los precios (obviamente más bajos) con los cultivadores. Aumento de la presencia publicitaria junto con una reducción de costos por el poder que tendría la nueva empresa para negociar sus contratos. Reducción de personal directivo para reducir gastos de administración. La fabricación se concentraría en solo una o dos grandes plantas con los mejores adelantos de la época, lo que redundaría en menores costos de producción, logística, almacenamiento y distribución de la mercadería manufacturada.



La empresa fue finalmente acordada[372] el 10 de noviembre de 1911 con un capital social inicial de £1.380.580, dividido en 657.419 acciones preferidas de 1 libra, 1.313.838 acciones ordinarias de 10 chelines y 1.314.840 acciones diferidas de 1 chelín. También se autorizó la emisión de obligaciones negociables por £650.000. A los inversionistas se les prometía un dividendo del 6 por ciento anual y una participación de entre 25 y 50 por ciento de las ganancias netas. Hubo mucho interés inversor y a fines de 1911 ya había solicitudes firmes por la mitad de las acciones preferidas y por un tercio de las obligaciones negociables.

El precio total pagado por la C. A. T, para la adquisición de las firmas locales fue de £1.702.483, de las cuales £1.045.064 se pagaron en efectivo y el resto en acciones ordinarias. Fue así como se concretó la llegada de la C. A. T. al mercado del tabaco de la Argentina adquiriendo inicialmente doce manufacturas de cigarrillos y operándolas como una compañía integrada.[373] A este tipo de inversión se lo denominaba *free-standing company* o compañía semi-autónoma.

La C. A. T. se esforzaba para dejar en claro que no buscaba monopolizar el mercado del tabaco argentino diciendo que[374] "*La fusión de empresas que conforman la Compañía Argentina de Tabacos no tiene como objetivo convertirse en un "trust" o controlar el comercio de tabaco en toda la República Argentina. Es simplemente un acuerdo comercial, mediante el cual los intereses competitivos se ajustan y la ventaja del comercio como un todo se coloca antes que la ganancia o el beneficio individual de cada empresa.*"



Aviso de los cigarrillos MILO de 20 centavos, una de las marcas propias de la C. A. T., aparecido en el Nº 809 de Caras y Caretas del 04 de abril de 1914. Su nombre alude a la isla griega de Milo en donde en 1820 fue hallada la escultura de Afrodita la diosa griega del amor y la belleza (denominada Venus en la mitología romana).

Los cigarrillos venían en tres variantes distintas: engargolados, con boquilla de oro y con boquilla de corcho (cuya marquilla reproducimos debajo). Fueron registrados el 22 de noviembre de 1913 con el acta Nº 43247.

La máquina capaz de fabricar cigarrillos sin pegamento fue inventada por el francés Anatole Découflé en 1886. La máquina Découflé poseía un sistema de dos ruedas pequeñas, finamente dentadas, y de distinto diámetro, que, colocadas la más pequeña en el interior del tubo de papel y la mayor afuera, comprimían entre ambas los bordes doblados del tubo, estampándolos y dentándolos para construir una junta fuerte y perfecta. Esta máquina engargoladora fue, en su tiempo, uno de los avances más novedosos e importantes que tuvo la industria cigarrillera. Hasta entonces las fábricas usaban mayormente la máquina Bonsack que formaba el tubo del cigarrillo utilizando pegamento potencialmente nocivo cuando se quemaba.

Sin embargo, el impacto que provocó la llegada de la C. A. T. sobre la industria local se reflejó negativamente en la prensa especializada que publicó el siguiente artículo.[375]

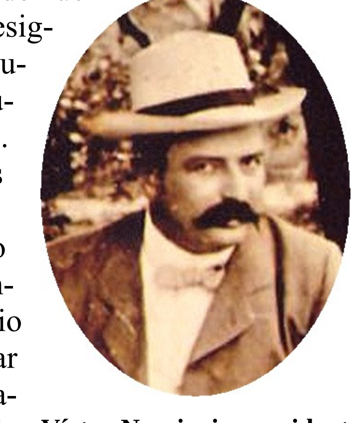
"*MONOPOLIO DE TABACOS: Se ha anunciado con insistencia que en Londres ha quedado constituida una sociedad anónima llamada Argentine Tobacco Company, cuyo propósito es implantar en nuestras plazas el monopolio del tabaco sobre la base de la adquisición, con capitales ingleses, de doce de las principales fábricas de tabaco en ésta República, cuyas ventas en el año que terminó el 30 de junio, alcanzaron £2.900.000 y tuvieron un beneficio totalizado de £256.000 en 1909; £309.000 en 1910, y £205.000 en los seis primeros meses de este año. Los iniciadores de esta combinación financiera, manifiestan que la nueva entidad no lleva propósitos de implantar ningún trust, teniendo únicamente alcances hacia un cooperativismo sui géneris debido a que los propietarios de las fábricas, que también son socios, podrán dirigir como hasta el presente sus operaciones; por otra parte se agrega que los organizadores mantienen como base de la asociación, una especie de fusión de balances de todas las fábricas para distribuir sus utilidades. Como se ve, se trata de un plan concreto de organización trustista, por mucho que no quieran darle ese carácter sus organizadores; entre tanto, véase la importancia que ha alcanzado entre nosotros la explotación de esa industria proveniente del tabaco que prueba la aptitud de sus productos para afrontar la concurrencia de los similares extranjeros, a los que va desalojando ya de esta plaza.*"



El directorio de la Argentine Tobacco Company Ltd. en Londres tenía a dos miembros de la familia d'Erlanger, el Barón Emile B. d'Erlanger presidente de la compañía y su hermano Frederick A. d'Erlanger, quien era uno de los directores. La composición del directorio ilustra perfectamente la forma en que estas compañías semi-autónomas integraban a comerciantes con conocimiento específico del país y del negocio comercial, con banqueros capaces de reunir el dinero para inversiones internacionales. Dos de los directores eran los capitalistas británicos John C. Gibson (que ocupó el cargo de vicepresidente de la C. A. T.) y George Kitchen, que ya tenían experiencia en inversiones en el país; el primero era vicepresidente de la Argentine Navigation Co. y el segundo presidente de la Buenos Aires Port and City Tramways Co. Los otros dos fueron Pierre Girod, un banquero francés ligado a la Haute Banque, un conglomerado concentrado en París que se especializaba en grandes negocios financieros, y el Barón Frederic Portalis, quien se había ocupado de negociar los contratos en Buenos Aires. Las oficinas internacionales de la compañía estaban ubicadas en 8 Crosby Square, Londres.



El manejo local de la empresa era realizado por una junta de directores de nueve miembros, de los cuales seis eran de las firmas adquiridas y tres designados desde Londres. Estaba compuesto de la siguiente forma: León Durán (por La Proveedora), presidente; Víctor Negri, vicepresidente; Arturo Viader (de Álvarez y Cía.), director general; Hermann Hentsch, H. H. Leng, Agustín León (por La Hija del Toro), M. Méndez de Andés (sobrino, por La Abundancia), E. Conte Grand y E. Rodríguez (por Rodríguez y D´Amico) directores. Más adelante se incorporó al directorio Osvaldo Testoni por La Suiza. Negri, Hentsch y Leng eran los representantes nombrados por la empresa matriz en Londres. El rol de secretario lo cumplía T. H. Darton. H. Leng fue quien se había ocupado de reportar el valor de las propiedades incluidas en el proceso de fusión. El italiano[376] Víctor Negri, vicepresidente del directorio y organizador de la radicación de la C. A. T. en la Argentina, fue quien trabajó con mayor energía en la concentración y organización de la parte comercial de la empresa. Negri fue un inmigrante italiano que recibió educación en Londres y al llegar a la Argentina en 1891 trabajó como docente en Río Cuarto y Catamarca, en donde comenzó con su actividad empresarial siendo socio de explotaciones mineras en Andalgalá. Luego se estableció en la norteña provincia de Tucumán en donde participó en múltiples combinaciones financieras ligadas al negocio del azúcar. Trasladado finalmente a Buenos Aires, intervino en la constitución y dirección de numerosas sociedades anónimas como la Casa Portalis, la Azucarera Argentina, Hileret y Cía. y, especialmente, en aquellas en las cuales participaba el grupo financista d'Erlanger.


Víctor Negri, vicepresidente del directorio y organizador de la radicación de la C. A. T. en la Argentina

En enero de 1912 Emile d'Erlanger anunciaba en la reunión estatutaria de la empresa[377] que se estaban realizando negociaciones para incorporar nuevas fábricas a la Compañía Argentina de Tabacos. En junio de 1912 se realizó una asamblea extraordinaria[378] en donde se comunicó un incremento del capital a £1.963.330 para adquirir otras siete tabacaleras y para financiar la construcción de una nueva fábrica (la de Uspallata 1720) que centralizaría la producción. Las nuevas incorporaciones a la C. A. T. fueron: F. Bernárdez, E. Estrada y Cía., García y Regueira, Avelino Molina de Buenos Aires; Grassi y Francioli de Rosario; Labrá, Julierac y Cía. de Santa Fe; y Emilio Pujal de Córdoba. La C. A. T. pagó £106.400 por estas fábricas, mitad en efectivo, mitad en acciones ordinarias. En la reunión se mencionó que la política de negocios de la empresa apenas comenzaba a ser entendida en la Argentina y estaban enfrentando una severa y no del todo escrupulosa campaña organizada por sus competidores basadas en argumentos antimonopolio. Ese mismo año también se cerró un acuer-

do con la American Tobacco Company para vender en forma exclusiva las marcas más acreditadas de la tabacalera norteamericana en nuestro país.
El primer balance de la empresa, publicado en 1913, mostró un capital total de casi 3 millones de libras esterlinas de los cuales la mitad se había utilizado para comprar el negocio de las 19 tabacaleras que pasaron a ser parte de la compañía. Resumiendo lo ya dicho, durante los años 1911 y 1912 la C. A. T. se hizo de un total de 19 fábricas de tabaco y cigarrillos,[379] entre ellas casi la totalidad de las más antiguas y prestigiosas, y otras más recientes, pero con marcas de mucha venta. Con sus fundadores y sus respectivas fechas de fundación, estas fueron:

	Empresa	Fundador	Año
1	La Sin Bombo	Domingo y luego su hijo Juan Canter	1854
2	La Hija del Toro	José León & Cía.	1856
3	La Proveedora	Manuel Durán, luego su hermano León Durán	1870
4	Compañía General de Tabacos	Juan Posse & Cía. (antes La Popular)	1874
5	La Abundancia	Manuel Méndez de Andés (tío y sobrino del mismo nombre)	1874
6	La Cubana	Carlos Jensen (antes Emiliano Estrada),	1874
7	La Vencedora	P. S. Somay & Cía., continuada por Fermín Subízar & Cía.	1875
8	La Fortuna	José M. Busto & Cía.	1876
9	Álvarez & Cía., sucesora de La Invencible	M. Malagrida, y éste a su vez sucesor de la Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo Sociedad Anónima	1882
10	Labrá, Julierac y Cía.	M. Colmenero y Cigarrería del Norte (Santa Fe)	1884
11	Grassi y Francioli	Sucesores de La Paz de Luis Grassi (Santa Fe)	1886
12	La Suiza	Testoni, Chiesa y Cía. (Rosario, Santa Fe)	1890
13	La Estrella, La Cubana	Emilio Pujal, (Córdoba)	1890
14	El Día	Francisco Bernárdez & Cía.	1891
15	Manufactura Neápolis	Molina & Cía. (sucesores de Otto F. Melchers)	1896
16	El Siglo	García y Regueira	1897
17	La Capital	Enrique Martínez, sucesor de Bernardo Dirube & Cía.	1898
18	La Generosa	Rodríguez y D´Amico	1900
19	La Habana Industrial	Ulrich, Minuto & Cía.	1904

La C. A. T. también obtuvo otras marcas o manufacturas a través de sus controladas. Por ejemplo, La Suiza era propietaria de La Bomba de Lorenzo Morello y de La Americana de Fló Hermanos y Cía., ambas de la provincia de Santa Fe.
Además, si se considera que algunas de estas dos decenas de compañías madre tenían también en su haber otras marcas o manufacturas adquiridas, puede verse el ímpetu arrollador de las libras esterlinas que prácticamente no admitían oposición. Por ejemplo, la sociedad mencionada como Labrá, Julierac & Cía. tenía esta conformación: una inicial Cigarrería y Papelería del Norte propiedad de Guillermo Julierac, que explotaba la marca EL INDIO en tabacos y cigarrillos. Luego se transformó en la Cigarrería del Norte, de G. Julierac y Obermann. Una anterior manufactura de tabacos La Colmena que elaboraba los cigarrillos del mismo nombre, muy populares en la provincia de Santa Fe, por Miguel Colmenero. Luego La Colmena es adquirida por Manuel G. Labrá y Cía. Finalmente todas terminan fusionándose en la Cigarrería del Norte de Labrá, Julierac y Cía., sucesores de La Colmena de Miguel Colmenero, lo que en la práctica significa las marcas de tres manufacturas.
Debido a la cantidad de tabacaleras absorbidas, la oferta de la C. A. T. era variada y abundante, se registraban más de 500 productos en 133 variedades de cigarrillos; 367 de tabacos; 17 de rapé; y 28 de cigarros, todos de producción nacional, contando sus diferentes presentaciones. Eso sin considerar el papel de fumar, pitos, boquillas, cigarreras, tabaqueras, y algunos productos de importación, como los cigarrillos egipcios LE KHEDIVE de E. Laurens, Cairo, y cigarros SANTA DAMIANA, de Cuba.
A diferencia de lo que sucedía hacía cien años, actualmente existen en el mercado argentino menos de 30 marcas y, aun considerando todas las variantes de formato y sabor, las presentaciones no alcanzan a un centenar.

Lo que no hay que perder de vista es que el verdadero objetivo de la Compañía Argentina de Tabacos no era en realidad continuar produciendo eternamente todas las marcas y variedades de cigarrillos y tabacos, sino eliminar la competencia, disponer del mercado y fijar los precios unilateralmente, es decir, monopolizar la industria del cigarrillo.



Marquilla de los cigarrillos GOAL de 20 centavos registrada el 03 de julio de 1917 con el acta Nº 57943. También había una versión de 30 centavos. Las caras internas de la carterita tenían fotograbados con escenas de partidos de fútbol. Se muestra arriba la vieja cancha de Boca Juniors en Brandsen y del Crucero y abajo el estadio de GEBA en Palermo.[381] En su lanzamiento fueron publicitados con una gigantesca pelota de fútbol con el nombre de la marca, que se paseaba por los distintos estadios.

Un analista del tema de entonces[380] aseguraba que la primera circular del trust anunciaba a sus miles de intermediarios que en adelante los paquetes del tabaco de 100 gramos llevarían un recargo del 10%. Esto aprovechando que el renglón de tabaco en paquetes había quedado monopolizado casi totalmente por la compañía inglesa. La C. A. T. también nombró agentes oficiales en cada localidad a los que debían comprarle en exclusividad los comerciantes.

En la segunda asamblea ordinaria de la empresa, realizada en abril de 1914, se informa[382] que se incrementó el capital social en otras £10.000 para la compra de una nueva firma y de esta forma evitar que fuera adquirida por la competencia comercial. A partir de ese año comienzan a notarse problemas con el manejo de la C. A. T. que durante el ejercicio de 1913 tuvo un mínimo beneficio neto de poco más de 1.000 libras esterlinas. Entre las causas para justificar el pobre desempeño comercial de la C. A. T. se menciona el mal año económico del país que obligó a tomar préstamos y pagar altos intereses. También se había invertido en un nuevo centro de distribución en Rosario y se habían abierto nuevas oficinas de ventas. Sin embargo, el motivo principal de los problemas estaba relacionado con la pérdida de ventas frente a la creciente competencia. Según palabras del propio Emile d'Erlanger la competencia en Buenos Aires era, en gran medida el origen del fuerte aumento en los gastos de la compañía. Esa competencia no solo había continuado, sino que había aumentado porque además de Piccardo y Cía., ahora tenían que disputar el mercado con la Compañía Tabacalera Argentina (recientemente establecida por la Compañía Chilena de Tabacos) y la British American Tobacco, que comenzaba sus negocios en el país bajo el nombre de Compañía Nacional de

Tabacos. Los financistas ingleses claramente subestimaron la pelea que podía dar Piccardo y Cía. al poder de las libras británicas. Basta como ejemplo una parte del reporte[383] de H. H. Leng cuando se estaban haciendo las tratativas para formar la C. A. T. "*Con respecto a Piccardo y Cía., aunque reconozco completamente la importancia que su firma habría tenido en un principio, estoy completamente satisfecho con la decisión de los propietarios de las diversas fábricas de no presionarlos para que ingresen, y estoy convencido de que la "Combinación" puede sin ningún esfuerzo reducir enormemente el campo de acción comercial de esta empresa, simplemente gastando una pequeña cantidad más en publicidad de lo que se había previsto. En mi opinión, la firma Piccardo y Cía. ha sido extremadamente mal aconsejada para actuar de la manera en que lo ha hecho, y tengo la sensación muy fuerte de que lo lamentarán profundamente luego de que la "Combinación" haya estado funcionando durante muchos meses. Dado que la "Combinación" tiene prácticamente todo el control del tabaco, y tendrá una parte muy importante del comercio de cigarrillos, estoy convencido de que es solo una cuestión de tiempo muy corto antes de que Piccardo y Cía. desee ingresar a la "Combinación" bajo cualquier condición.*"

Las guerras comerciales en la industria tabacalera ya habían ocurrido en Inglaterra y Estados Unidos, y a comienzos de la década de 1910 se estaba desarrollando en Alemania y en la Argentina. Para afrontarla la C. A. T. se vio obligada a incurrir en gastos que deterioraban su poder económico.

Desde el punto de vista gerencial la Compañía perdió prontamente a E. Conte Grand y tuvo grandes dificultades para encontrar un sucesor que pudiera llevar eficientemente la administración de la empresa. León Durán y Arturo Viader se hicieron cargo juntos en junio de 1913 de la dirección de la C. A. T. lo que permitió una mejora en varios aspectos administrativos y a ellos se sumaría un especialista de apellido Hoening de amplia experiencia en la dirección de compañías tabacaleras en Alemania. Si bien la empresa tuvo balances algo más favorables en los años siguientes, su situación económica estuvo lejos de ser sólida y por ejemplo no pudo pagar dividendos a los tenedores de acciones desde el año 1912.[384] Las ganancias netas de la empresa nunca llegaron a las 400.000 libras esterlinas estimadas en 1911 y comenzaron a caer dramáticamente con el comienzo de la primera guerra mundial. Los ingresos brutos disminuyeron casi un 30% en solo dos años indicando una fuerte caída en las ventas, producto del crecimiento de la competencia. Los sucesivos balances fueron cayendo en picada y arrojaron beneficios cada vez más bajos: £186.894 (1915), £140.900 (1916), £112.348 (1917) y £48.845 (1918). Estos factores provocaron, como ya veremos, que a mediados de 1919 se realizara un convenio con Piccardo y Cía. para vender todos los activos y obligaciones y dar por finalizada la presencia de la Compañía Argentina de Tabacos en el país.

Aun en medio de un panorama financiero y comercial complicado, en 1915 la C. A. T. continuó con su plan de expansión e incorporó a su lista de fábricas a la Sociedad Cooperativa Nacional de Consumos[385] (establecida en el año 1905), fabricante de los cigarrillos COOPERATIVA. Unos años después (7 de mayo de 1918) fallece su organizador, Víctor Negri, pero no por eso se detiene el espíritu trustista. En 1919 bajo el eufemismo de "nos hemos hecho cargo de la distribución" se encubre la adquisición de otras dos compañías: La Compañía Tabacalera Argentina, autorizada el 27 de mayo de 1913 y en la cual participaban S. H. Pearson, F. Otto Bemberg, T. de Anchorena, entre otros. Ocupaba el antiguo edificio de La Hija del Toro, en Cangallo 2629-75. Luego se transformó en Compañía Tabacalera S.A. y conformó una misma sociedad junto a La Favorita de José M. Ariza (antes Ariza y Leyton), que desde 1898 fabricaba una marca bastante popular, 33 ORIENTALES. Autorizada el 17 de febrero de 1915, se transformó en Sociedad Anónima Manufactura de Tabacos J. M. Ariza.

Una de las estrategias para dar una imagen de renovación fue el lanzamiento de nuevas marcas propias como: AMÉRICA, ÉXITO ARGENTINO, IMPERIO, MILO, BUENOS AIRES y GOAL, que inicialmente convivían con aquellas más antiguas, reconocidas y de mayor prestigio como REINA VICTORIA, BARRILETE, SUBLIMES, IDEALES, MONTERREY, CENTENARIO o EXCÉLSIOR.

Los cigarrillos
IMPERIO
por su inmejorable tabaco, esmerada elaboración, suave aroma y elegante presentación, aventajan a todas las marcas existentes.
IMPERIO no puede compararse a ningún otro cigarrillo: supera a todos.
Las boquillas de corcho distinguen a los atados de 30 centavos y las boquillas doradas a los de 40
IMPERIO

Pero al poco tiempo se produjo el paulatino abandono de varias de las marcas tradicionales (PARÍS, por ejemplo), y los nuevos productos pasaron a ser los preferidos en el gasto publicitario de la C .A. T. El desarrollo de las marcas propias era apoyado por una profusa propaganda en los diarios y revistas de la época, o en los estadios deportivos como la ya mencionada de aquella gigantesca pelota con el nombre de los cigarrillos GOAL.

Los cigarrillos IMPERIO, lanzados al mercado a principios de 1913 fueron registrados por la C. A. T. el 04 de septiembre de 1912 (acta Nº 37756). Si bien la marca había sido previamente utilizada por José León y Cía. en el rango de cigarrillos de 20 centavos, la Compañía Argentina de Tabacos le dio una nueva y elegante presentación, además de una esmerada elaboración,[386] para destinarlos a las clases más pudientes, como lo insinúa el fumador con smoking que aparece en las marquillas.

Venían en cajitas conteniendo 14 cigarrillos (como la mayoría de los paquetes de la época), con boquilla de corcho, a un precio de 30 centavos, o dorada “extra chic” a 40 centavos, evitando así el contacto directo del tabaco con los labios.

El formato de caja rígida con interior deslizable fue importado por la C. A. T. desde Inglaterra en donde comenzó a utilizarse aproximadamente desde 1880. La marquilla de 40 centavos que mostramos tiene el logo de la C. A. T. en relieve y varios detalles en color dorado para darle más categoría al diseño. En la etiqueta figura como dirección de la fábrica la calle Humberto 1º 2051, correspondiente al ex establecimiento de La Sin Bombo de Juan







Canter.

Las innovaciones industriales en la fabricación de los cigarrillos fueron rápidamente incorporadas por la C. A. T. Además de la producción de cigarrillos engargolados para evitar el uso de pegamento, en una de sus marcas se hacía hincapié en que el overlap o solapamiento del papel del cigarrillo no sobrepasaba los 2 milímetros. La marca ÉXITO ARGENTINO apareció en el mercado en el año 1916 (registro del 13 de marzo de 1916, acta 51938), en coincidencia con el centenario de la Independencia. Venían en atados de 20 y 30 centavos con rostros de bellas mujeres.

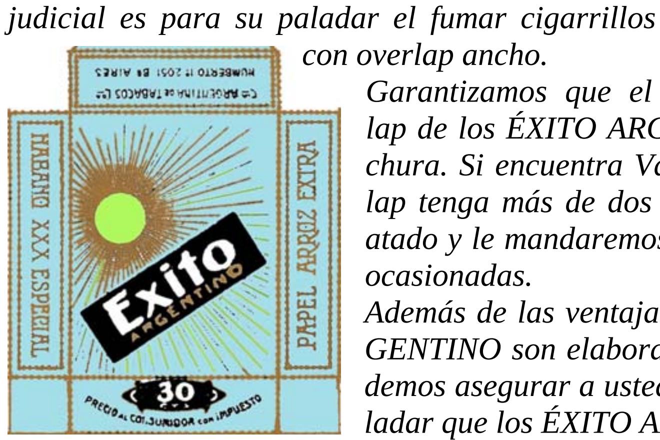
Tanto el precio como el diseño hacen pensar en una competencia directa con los cigarrillos 43 de Piccardo. Sin embargo, para destronar a la marca con más venta y presencia en el mercado había que pensar una nueva estrategia de comercialización. Los creativos de la C. A. T. idearon el concepto de "Mida el Overlap" con el objeto de probar que los ÉXITO ARGENTINO estaban fabricados con la última tecnología disponible, además del mejor papel y el tabaco de más calidad. Así, en una de sus publicidades[387] puede leerse:

El overlap es esa tira blanca y gruesa que usted observará en un costado de todo cigarrillo y que se forma donde un borde de papel está pegado sobre el otro. En los cigarrillos finos, el overlap debe ser reducido, por el hecho de que un overlap ancho, por tener demasiado papel y goma, perjudica el buen sabor del cigarrillo.

Dos milímetros de overlap es la anchura conceptuada como ideal por los peritos en la materia.

Para poder elaborar cigarrillos con un overlap de dos milímetros de anchura, es imprescindible emplear papel arroz de primera calidad, lo que significa otra razón poderosa para dar la preferencia a las marcas con overlap angosto, como ÉXITO ARGENTINO.

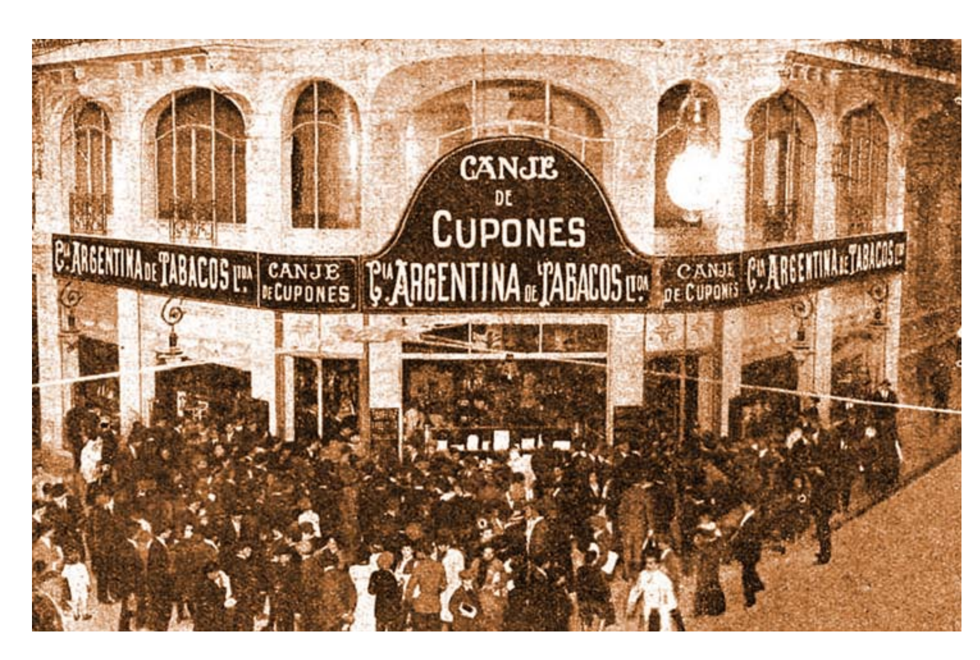
Para poder dar cuenta exacta de lo que perjudica a un cigarrillo el defecto de tener un overlap ancho, fume usted uno de éstos y luego uno con overlap angosto, o sea un ÉXITO ARGENTINO, de 20 ó 30 centavos. Se convencerá en seguida cuán perjudicial es para su paladar el fumar cigarrillos con overlap ancho.



Garantizamos que el overlap de los ÉXITO ARGENTINO tiene solamente dos milímetros de anchura. Si encuentra Vd. un cigarrillo ÉXITO ARGENTINO cuyo overlap tenga más de dos milímetros de anchura, pedimos devolución del atado y le mandaremos cinco atados en compensación de las molestias ocasionadas.

Además de las ventajas antes mencionadas, los cigarrillos ÉXITO ARGENTINO son elaborados con tabaco habano especial, por lo que podemos asegurar a usted que no hay cigarrillos más finos y de mejor paladar que los ÉXITO ARGENTINO.

Las estrategias para atraer consumidores



Al igual que las demás tabacaleras de la época, la C. A. T. basó su estrategia de venta en una profusa publicidad, en la realización de concursos y en la entrega de premios a cambio de los cupones que venían en los atados de los cigarrillos. En este último aspecto llevó la iniciativa a los límites más altos de organización y atención al público.

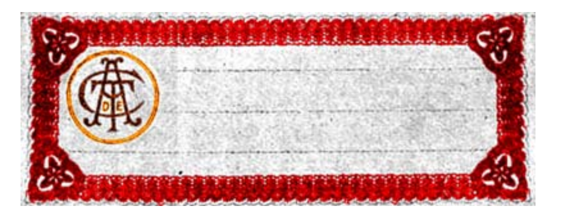
En julio de 1914 inauguró un inmenso local en un nuevo edificio situado en Esmeralda 501 que abarcaba toda la esquina de la intersección con Lavalle. En la foto[388] se observa una vista del exterior del salón la noche que se realizó la inauguración, tal cual se aprecia por el foco de iluminación que aparece en primer plano. Según las crónicas del momento:

"*Nunca se conoció, ni hubo una oficina de este género, que por sus grandiosas proporciones, inmenso capital en mercaderías y elegante y cómoda instalación, representa un verdadero esfuerzo de la poderosa Compañía a que pertenece, toda vez que, como queda expresado bien claramente, con su establecimiento no se persiguió la idea de lucro y sí únicamente el ampliar las ventajas, que hasta ahora se habían ofrecido a los fumadores de un modo relativamente pobre y estrecho, ventajas que con este nuevo organismo de la Compañía Argentina de Tabacos Limitada se elevan y agrandan hasta el punto que implica una economía fuera de toda duda para el fumador, el que en vez de convertir en humo y cenizas la plata que abona por sus cigarrillos, la puede considerar a favor, de tan original procedimiento como una base real de ahorro provechoso.*"

En esas oficinas los fumadores de los cigarrillos MILO, BUENOS AIRES, GLORIA, VUELTA ABAJO, CENTENARIO, MONTERREY, SIGLO XX, DIVA, IDEALES, PATRIA y TRES CORONAS, podían canjear los cupones que venían en los atados por una inmensa variedad de objetos. El valor de todos los cartoncitos, a los que se llamaba "Nueva Moneda con Premio" era de dos centavos, a excepción de los MILO engargolados que cotizaban a tres centavos, seguramente para tratar de impulsar las ventas de la marca. En el centro de canje había un gran surtido de artículos de menaje general, perfumería selecta, joyería de oro 18 quilates y platino, confecciones para niños, paraguas, bastones, relojes para damas y caballeros, bazar, etc. Como la misma C. A. T. era la importadora de los artículos, podía ofrecerlos a un precio mucho más conveniente que sus competidores. Tal fue el éxito obtenido por este sistema de canje, que había compradores que ofrecían tres y hasta cuatro centavos por los cupones que nominalmente costaban dos centavos. Incluso la firma editó un lujoso y amplio catálogo con la descripción y el valor de todos los artículos que ofrecía, que se distribuía gratuitamente entre el público.

En esa céntrica esquina de la ciudad de Buenos Aires actualmente funciona un bar y café. La fachada ha sido renovada totalmente, pero aún se conserva el diseño de una entrada principal y ventanales laterales, fácilmente identificable con la antigua oficina de canje de la C. A. T. Las viejas épocas en las que los cigarrillos traían cupones de canje seguramente no volverán. Tampoco veremos nuevamente esos enormes salones de venta en los que se podía conseguir "gratis" una infinidad de mercaderías, de selectos y múltiples artículos, que comprendían desde los objetos de primera y urgente necesidad en una casa o para uso personal, hasta aquellos de más lujo o de fantasía.

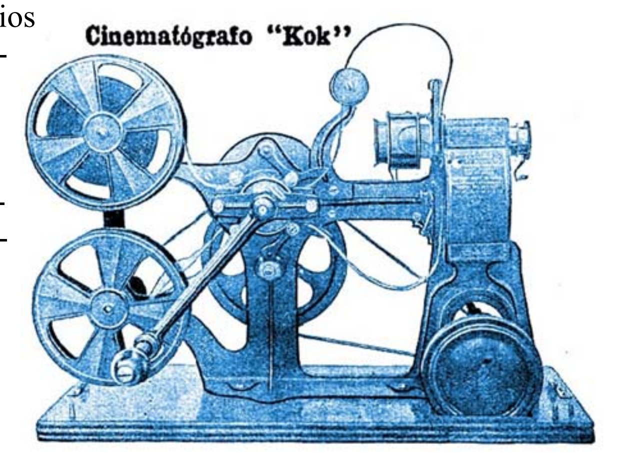
El primer concurso que organizó la C. A. T. tuvo características singulares ya que se trataba de una encuesta para elegir el nombre de la primera marca de cigarrillos propia que iba a lanzar al mercado. En las revistas y diarios de la época aparecía un cupón en el que había que responder tres preguntas: qué nombre le agradaba más AMÉRICA o CADETE, si preferían cigarrillos de tabaco fuerte o suave y cuál era la marca que fumaban habitualmente. Si bien se mencionaba que se iba a comercializar un nuevo producto, ambas marcas habían sido previamente registradas por las fábricas adquiridas por la C. A. T. Como ya hemos mostrado, los CADETE fueron inscriptos por La Sin Bombo en 1902. En el caso de AMÉRICA, José León y Cía. había anotado su línea de tabaco Virginia en el año 1904. La C. A. T. registró esta marca el 24 de abril de 1912 con el acta Nº 36459 en la versión de 20 centavos y el 15 de noviembre del mismo año inscribió la versión de 30 centavos (acta Nº 38305).
La dirección de la calle Entre Ríos 1682 que aparece en la marquilla corresponde a la ex fábrica La Proveedora de León Durán. Junto con las facilidades de La Sin Bombo de Humberto1º 2051, donde se fabricaban los cigarrillos IMPERIO, ÉXITO ARGENTINO y GOAL, y la manufactura que utilizó Álvarez y Cía., en donde se producían los MILO, eran los tres establecimientos fabriles en donde se produjeron la mayoría de los nuevos productos de la C. A. T. Recién a partir de 1916 aparecieron las primeras marquillas con la dirección de Uspallata 1720, que correspondía a la moderna fábrica construida por la C. A. T.
Como dijimos, el evento organizado por la C. A. T. para introducir su nuevo producto no se trataba estrictamente de un concurso, sino de una promoción, ya que a todos los fumadores que enviaran el cupón con las respuestas correctamente completadas se les remitía en forma totalmente gratuita un cuadro con gran lujo de detalles y riqueza de colorido de 70 x 55 centímetros. En uno de los avisos[389] aparecidos en las revistas de la época se destaca que:
Al lanzar su primera marca de cigarrillos, la Compañía Argentina de Tabacos quiere brindar a todos los señores fumadores de la República la ocasión de que sean sus eficaces colaboradores, en cuanto se relacione con la elaboración y calidad del tabaco, ya que su único y exclusivo deseo es el fabricar una marca de insospechable pureza. Las indicaciones de los señores fumadores serán atendidas fielmente, pues la Compañía se propone revelar una innovación verdaderamente sensacional en



cuanto a la manera de satisfacer el gusto de cada fumador. Por el precio único de 20 ctvs., pondremos al alcance del público los mejores cigarrillos, superiores a las otras marcas de ese precio, e iguales a las de 30 ctvs. La Compañía Argentina de Tabacos puede lanzar este desafío sin precedentes en la industria tabacalera de la República, merced a la economía implantada en la administración; por las excelentes condiciones en que compra y selecciona los tabacos, allí en donde se producen; y por su organización, única en este ramo. Por lo tanto, remitiremos gratis un cuadro a cada uno de los señores fumadores, que nos remitan el cupón adjunto con las preguntas contestadas.

Finalmente el nombre elegido por el público fue AMÉRICA que se elaboraban "de acuerdo al resultado del concurso que se organizó para conocer el gusto de los señores fumadores". Los mismos fumadores prefirieron un cigarrillo con tabaco suave y aromático que según la empresa se obtenía de las mejores vegas de La Habana y Bahía. Incluso en la misma marquilla se desafía a los consumidores a que verifiquen la calidad del tabaco utilizado abriendo los cigarrillos y comparándolos con otros de similar precio.

Al poco tiempo apareció un nuevo concurso[390] denominado "Cigarrillos AMÉRICA Concurso Nº 39". En esta ocasión los participantes tenían que adivinar el número de veces que había sido escrita la palabra AMÉRICA en el dorso de un cupón como los que venían dentro de los atados. Había un primer premio de diez argentinos de oro[391] y luego otros premios de cinco, dos y un argentino de oro. Varios concursantes acertaron el número de diez firmas, lo que obligó a realizar un sorteo de los premios. Evidentemente este concurso, con premios bastante modestos, fue un ensayo para un certamen de proporciones mucho mayores que se difundió apenas conocidos los resultados del anterior. En esta ocasión el concurso fue directamente organizado por *Caras y Caretas* con el apoyo financiero de los cigarrillos AMÉRICA. Así fue como en octubre de 1912 se invitó a participar del "Concurso número 23" de la revista[392] con la consigna de adivinar cuántos granos de maíz contenía un cartón cerrado y lacrado de 20 atados de los cigarrillos AMÉRICA. A principios de ese mismo año la C. A. T. ya había organizado un certamen similar para la marca REINA VICTORIA y en abril de 1913 otro para los CENTENARIO, con enorme éxito. En todos los números de la revista hasta la realización del sorteo pueden verse varias páginas relacionadas con el concurso, en donde se muestran fotos y se describen en detalle los premios que serían otorgados a los ganadores. Entre los objetos más destacados encontramos cuatro pianos de la Casa Breyer Hnos.; joyas muy finas, relojes de pie y de pulsera y accesorios de la prestigiosa joyería Escasany y juegos de muebles y escritorios de la Casa Thompson. Sin embargo, los premios más notables consistían en dos cinematógrafos manuales Kok de la Casa Lepage para reproducción de películas en forma hogareña. Conviene recordar que la primera película sonora *El Cantante de Jazz* recién se produjo en 1927, por lo que hacia 1913 solo existía el cine mudo. En total se adjudicaron 306



premios siendo los más destacados un conjunto de joyas valuadas en $2000, un piano de $1200, aros y anillos de brillantes por $1055 y juegos de muebles de sala de nogal por $980. También apareció la siguiente descripción de los nuevos cigarrillos AMÉRICA y la aceptación que consiguieron entre los fumadores.

Los cigarrillos AMÉRICA

En esta página se reproduce la caja de 20 atados de los cigarrillos AMÉRICA, que se va a llenar con granos de maíz, para que sirva de base al Concurso 23 de Caras y Caretas. La popularidad de los cigarrillos AMÉRICA hace que la caja sea bien fácil de obtener, si es que ya no tienen muchas en su poder (como es muy probable) los que tomen parte en el Concurso.

Tan difundida está la marca AMÉRICA, a pesar del corto tiempo que lleva de existencia, que esperamos ver llegar cupones hasta de los confines más apartados del país, pues ¿quién queda ya en la República que no fume cigarrillos AMÉRICA?

Efectivamente: en cuatro meses han llegado los cigarrillos AMÉRICA adonde no había llegado jamás marca alguna. La asombrosa rapidez con que en tan breve plazo alcanzaron una venta nunca superada constituye un record, que es demostración bien evidente de que con los cigarrillos AMÉRICA se ha obtenido el desiderátum de la más alta calidad.

Hasta que aparecieron los cigarrillos AMÉRICA, ningún fabricante creía posible dar al público, a los precios usuales de 20 y 30 centavos, una clase de tabaco ni siquiera parecida. Para llegar a tal resultado, ha contribuido mucho el refinamiento de los dos elementos fundamentales en la manufactura cigarrera: tabaco y papel. El tabaco de los cigarrillos AMÉRICA es una hebra finísima, preparada con exquisito esmero y teniendo siempre en cuenta los ajenos defectos para subsanarlos o eliminarlos. El papel Abadie, usado exclusivamente en los cigarrillos AMÉRICA, es de una delgadez y resistencia no conocidas hasta la fecha, llenando acabadamente su misión, consistente en recubrir la hebra, pero sin producir el molesto humo causado por la cremación de un papel demasiado grueso, ordinario y antihigiénico. Gracias al absoluto perfeccionamiento de estos productos, han logrado los fabricantes elaborar un cigarrillo suave y aromático, uniendo á esto una elegante presentación.

Todas estas cualidades juntas le valieron el favor de los consumidores que conocen verdaderamente el tabaco y que saben apreciar su bondad. Describir las altas cualidades de los cigarrillos AMÉRICA resulta, por lo demás, ocioso, pues el noventa por ciento de los fumadores los conocen y los consideran como la calidad suprema de cuanto en el país se fabrica. Generalmente se desprecia todo lo de casa para ensalzar lo ajeno y eso ocurría con más o menos razón hasta que aparecieron los cigarrillos AMÉRICA y convencieron al público de que, teniendo buenas máquinas y buenos obreros y habiendo buena voluntad por parte del fabricante, es lo mismo traer de la Habana los cigarrillos elaborados, que traer el tabaco y elaborarlo aquí con todo el esmero de los perfeccionamientos modernos.

Nadie ha podido hasta ahora ponerles un solo pero a los cigarrillos AMÉRICA. Nadie ha encontrado en ellos otra cosa que tabaco flor. Nadie los ha probado que no haya pasado a ser un convencido de su alta calidad y de su exquisita fragancia. La elegancia de la presentación, como dejamos dicho, ha sido también un factor importante del éxito colosal obtenido. Es lógico que ningún fumador quiera llevar en el bolsillo ni sacar á relucir entre sus amigos y conocidos un paquete de cigarrillos antiestético y de notorio mal gusto, aun cuando el tabaco que contenga sea tolerablemente bueno. Reunir en una sola marca todas las cualidades que el fumador deseaba, constituyó el punto de mira de los fabricantes. Eso proyectaron, eso intentaron y eso consiguieron. He ahí porqué los AMÉRICA llegaron á donde están en tan poco tiempo.

No es, pues, extraño que al iniciar un concurso á base de los cigarrillos AMÉRICA, se espere en buena lógica, alcanzar un éxito sin precedentes en esta clase de certámenes, ni tampoco que a él concurran todos; grandes y chicos, hombres y mujeres. Para facilitar más el envío de la solución se

ha decidido aceptar los cupones que contienen todos los atados de cigarrillos AMÉRICA, de 0.20 y 0.30 cts., y que son iguales al que en esta página reproducimos. Nunca mejor empleados estos cupones, que para obtener un magnífico piano, un reloj regio, una alhaja de gran valor, ó un espléndido cinematógrafo que amenice las reuniones del hogar.

Como puede verse por las páginas que á continuación publicamos, todos los premios que se otorgarán son de primer orden y de valor real y positivo, y, además de ellos, se repartirán cien vales para retirar otras tantas cajas de cigarrillos AMÉRICA, de 0.20 cts. y cien de 0.30 cts., premio este último que será bien apreciado por los buenos fumadores.



Cupón de «Caras y Caretas», agraciado con el primer premio.

La fecha del sorteo fue el 27 de enero de 1913 y se realizó en un colmado Palace Theater a partir de las 9 de la mañana.[393] El número de granos de maíz que contenía la caja de los cigarrillos AMÉRICA fue de 3733. Hubo un total de 351 personas que acertaron esta cantidad por lo que se debió realizar un sorteo para repartir los 306 premios. El cupón ganador del primer premio correspondió a Guillermo A. Matucci que, como se observa en la reproducción, utilizó un sello con su nombre y dirección. Matucci era un comerciante de artículos importados que vendía sus productos o los canjeaba por figuritas de cigarrillos, según lo anunciaba en *Caras y Caretas*.[393] Los hermanos Umansky, ganadores de varios premios incluyendo el tercero, utilizaron un sello especialmente preparado para el concurso con su nombre y dirección y enviaron 15 cupones con el número ganador, lo que sugiere que participaron con varias centenas de cupones.





Revisando la lista completa de premiados pueden verse otros nombres que se repiten una o más veces, por lo que es posible deducir que cada vez que se realizaban estos concursos con premios de mucho valor, había gente que montaba una verdadera organización para recolectar (o comprar) y completar cupones, con la esperanza de que lo invertido se recompensara con la obtención de un buen premio.

Como ya mencionamos los cigarrillos AMÉRICA se continuaron fabricando por varias décadas aunque su diseño varió notablemente. A mediados de la década de 1930 Piccardo y Cía. introdujo las versiones de 20 y 35 centavos en paquetes de 10 cigarrillos con una nueva etiqueta en la que se contrastan las carabelas con las que Colón llegó a las playas de América con los modernos buques y ciudades de la época. Esta marca continuó siendo fabricada por Piccardo y Cía. al menos hasta fines de la década de 1950 en paquetes de 20 cigarrillos sin filtro. También hubo una versión chilena de los cigarrillos AMÉRICA muy similar a la vendida en la originalmente en la Argentina en cuanto a tipografía y algunos colores, Fue fabricada en la ciudad de Valparaíso por la Compañía Chilena de Tabacos y se comercializó en la década de 1920.



BUENOS AIRES, en atados de 20 centavos, fue otra de las marcas propias lanzada por la Compañía Argentina de Tabacos a partir de 1913 (acta Nº 39744 del 12 de febrero de 1913). Junto con este nombre se registraron los de otras 16 provincias y territorios nacionales que nunca llegaron a utilizarse comercialmente. Como parte de la activa campaña de promoción para introducir sus nuevos productos, la C. A. T. organizó en agosto de 1913 el Primer Gran Concurso[394] de los cigarrillos BUENOS AIRES. Este concurso adjudicaba diferentes premios a las personas que por asociación de ideas o por ingenio escribieran en el orden correcto todas o algunas de las palabras que faltaban en la frase siguiente:



La primera de estas palabras había sido escrita por el administrador de la C. A. T. y el resto en forma individual por cinco escribanos de las ciudades de Buenos Aires, Rosario, Córdoba, La Plata y Bahía Blanca, y luego lacradas en seis sobres.

El premio mayor era una casa en Capital Federal o 35.000 pesos en efectivo para quien acertara las seis palabras en el orden correcto. También había premios de $10.000, $5000, $3000 y $2000 para quienes acertaran en el orden correcto las primeras 5, 4, 3 ó 2 palabras. Luego se agregaron premios adicionales de $2000 y $1000 para los cupones que tuvieran el mayor número de coincidencias, aun en el orden incorrecto. Para participar del certamen debía acompañarse el cupón con las palabras con seis figuritas de los cigarrillos BUENOS AIRES. La primera publicidad apareció en agosto de 1913 y se reiteró en varias ediciones hasta principios de diciembre. Lamentablemente en los números siguientes al 22 de diciembre de 1913 (fecha de cierre del concurso) no fue posible hallar ni el nombre de los ganadores ni la solución del enigma.



Los cigarrillos BUENOS AIRES trataban de dar una imagen casi aristocrática, tal cual se puede apreciar en la publicidad[395] que muestra a dos elegantes caballeros y una refinada dama mientras fuman sentados en una mesa. Su imagen se ve reflejada en el espejo que destaca la marca de los cigarrillos y el logo de su fabricante.

El fin de la Compañía Argentina de Tabacos

Como hemos visto, con sus productos la C. A. T. apuntaba a todos los bolsillos, a todos los gustos, incluso a todas las nacionalidades. Sus marcas de bajo precio, que ostentaban gauchos y paisanos, estaban dirigidas en general al medio rural; en mediana calidad, finos caballeros o damas, trataban de conquistar a la población ciudadana, asociándose con una imagen de modernidad o prometiendo un producto de calidad inigualable. Las marcas tradicionales en sí mismas, algunas de las cuales andaban cerca de los cincuenta años de presencia, se amalgamaban con los nuevos productos que trataban de aprovechar los avances tecnológicos, las nuevas tendencias sociales y los acontecimientos políticos de la época.

Prácticamente desde el comienzo de sus operaciones la C. A. T. nunca pudo lograr un nivel de ventas y de ganancias mayores a los que conseguían en forma independiente las tabacaleras que había absorbido. El principal problema que atentaba contra el correcto funcionamiento de la firma era la lentitud de las decisiones que tomaba su directorio. Influían además un aparato burocrático desconsiderado con sus clientes, el cierre del crédito a los comerciantes y distribuidores, el aumento unilateral de los precios, y muy especialmente una propaganda persistente en contra del trust, encabezada por Piccardo y Cía., argumento que también utilizaron otras fábricas para atacar a la C. A. T. El mal manejo de los problemas y conflictos y la toma de decisiones erróneas también sumaban al desprestigio de la empresa. Durante algún tiempo la compañía mantuvo los talleres que había comprado bajo la dirección de los antiguos propietarios, ahora convertidos en directores y gerentes. Pero finalmente centralizó la producción en la fábrica de Uspallata 1720, y a la vez se instalaron máquinas automáticas de empaquetar cigarrillos, trabajo que hasta ese momento se hacía manualmente. Esta incorporación de nueva tecnología en el proceso productivo provocó que muchos empleados perdieran su trabajo y que aumentara rápidamente el descontento hacia la empresa. Un folleto de la época llamaba al boicot contra la compañía inglesa y sus marcas, y denunciaba que seiscientas mujeres habían quedado en la calle.

Durante 1918 y 1919 hubo un intento de recuperar parte del mercado perdido apelando al prestigio de las marcas más tradicionales. De los casi 70 avisos de la C. A. T. que aparecieron en la revista *Caras y Caretas* desde enero de 1918 hasta agosto de 1919 contabilizamos 45 de REINA VICTORIA, 23 de IDEALES y ninguno de las marcas propias como AMÉRICA, IMPERIALES, MILO, BUENOS AIRES, GOAL o ÉXITO ARGENTINO, que habían tenido considerable apoyo publicitario en los años previos. Sin embargo, esta nueva estrategia tampoco sirvió para lograr que aumentaran las ventas de sus productos.



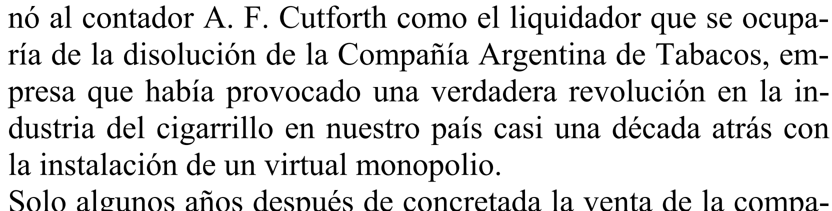
Todo esto en conjunto, sumado a la muerte de Víctor Ne-Negri en 1918, hizo que la empresa bajara sus ventas y comenzara a perder rentabilidad. En octubre de 1918 el balance final de sus activos muestra una caída estrepitosa de casi el 20%. La pérdida de rentabilidad frente a la competencia, sumada a las nuevas inversiones realizadas luego de finalizada la primera guerra mundial (1918) por la British American Tobacco a través de la Compañía Nacional de Tabacos, precipitaron la decisión de los directores de la C. A. T. de vender sus intereses en la Argentina. El 31 de julio de 1919 la compañía llamó a una asamblea general extraordinaria para informar a sus accionistas sobre el pre-acuerdo al que se había arribado con Piccardo y Cía. y solicitar la aprobación del traspaso del negocio del tabaco a su archirrival.

En palabras[396] del propio barón Emile B. d'Erlanger, quien presidió la asamblea "*Mis labios estuvieron sellados durante siete años sobre las razones que habían causado el fracaso de nuestros planes y de nuestras esperanzas cuando formamos la compañía, y es justo que el secreto ahora sea revelado, ya que tiene una relación directa con el tema a tratar en la reunión.*
Debido a la crisis de Agadir en 1911 surgieron dificultades en relación con la formación de la compañía, y debido a ese hecho se alteraron los arreglos realizados con Piccardo y Cía., quienes se negaron a entrar en la C. A. T. Durante siete años hemos mantenido una pelea comercial constante. Se hicieron varios intentos para llegar a un entendimiento, y finalmente, hace unos meses, se restablecieron las relaciones armoniosas entre las dos compañías, y el resultado fue el actual esquema de amalgama."



Los puntos más importantes del acuerdo fueron: Piccardo y Cía. incrementó su capital comercial de $15.000.000 a $50.000.000. La C. A. T. le transfirió todos sus activos, incluyendo marcas comerciales, marcas registradas, fábricas, maquinarias, plusvalía, etc. por un total de $20.000.000 (unos 1.7 millones de libras esterlinas) pagaderos con acciones preferidas ($15.000.000) y ordinarias ($5.000.000). Esta distribución dejaba a Piccardo el control de la empresa con un 55% del capital accionario y a la C. A. T. con el 45 % restante. Piccardo se hizo cargo de todo el pasivo de la C. A. T. incluyendo las obligaciones negociables en Inglaterra por £200.000. Luego de la fusión se esperaba un beneficio anual de casi £500.000 que permitiría pagar dividendos a sus accionistas.

El 23 de enero de 1920 se realizó una asamblea general extraordinaria[397] con los accionistas de la C. A. T. residual en donde se votó la disolución de la firma y el reconversión accionaria a Piccardo y Cía. La asamblea votó afirmativamente y se designó al contador A. F. Cutforth como el liquidador que se ocuparía de la disolución de la Compañía Argentina de Tabacos, empresa que había provocado una verdadera revolución en la industria del cigarrillo en nuestro país casi una década atrás con la instalación de un virtual monopolio.

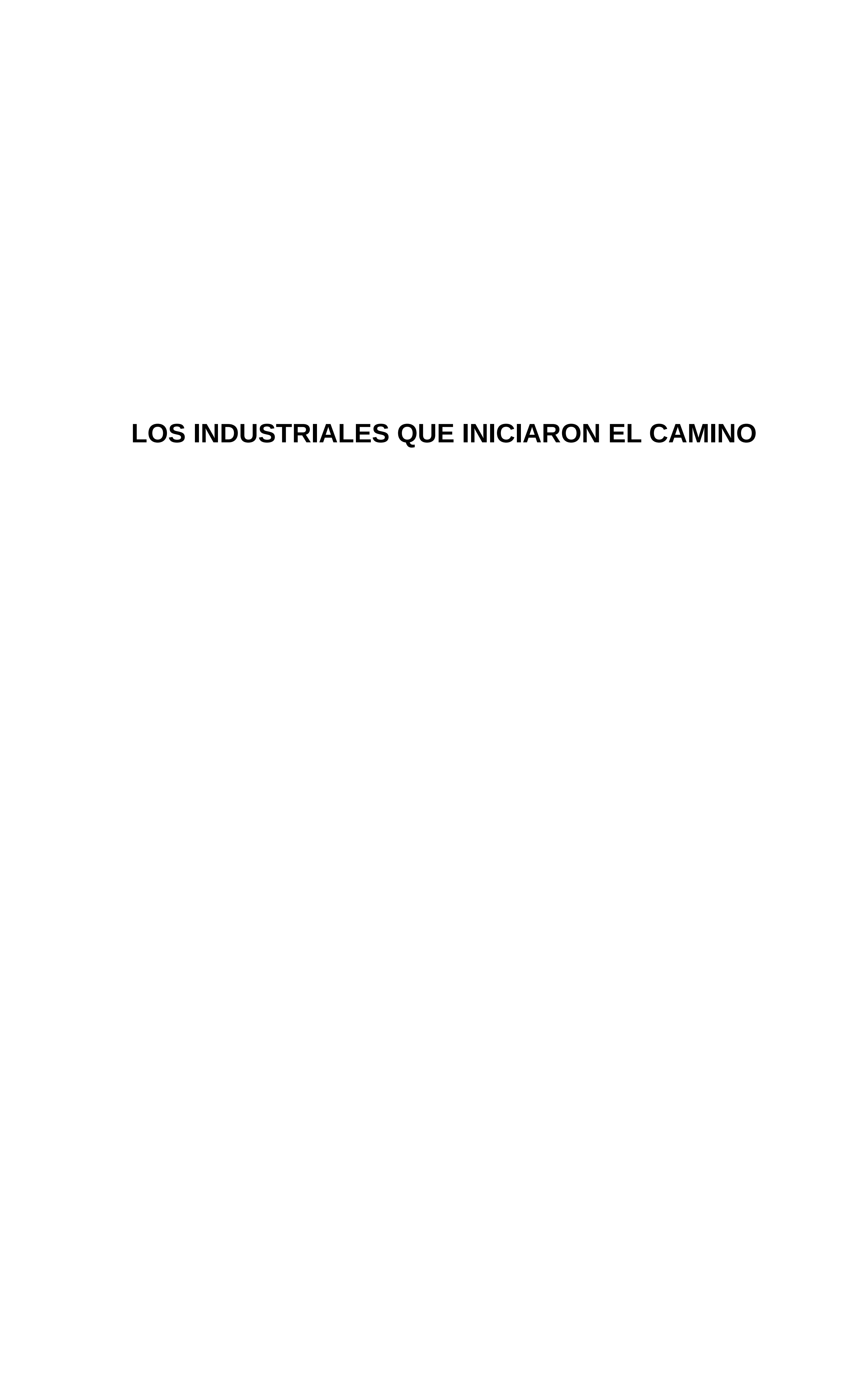




Solo algunos años después de concretada la venta de la compañía británica a Piccardo, los accionistas ingleses, que durante la existencia de la C. A. T. casi no obtuvieron ganancias, eran retribuidos con dividendos del 10% debido a que los beneficios de la empresa argentina habían superado el medio millón de libras esterlinas.[398]

Un último aviso de los cigarrillos IDEALES y otro de REINA VICTORIA, en los que todavía pueden observarse el logo de la C. A. T., salieron publicados el 05 de julio y el 02 de agosto de 1919.

En un caso aparece la típica leyenda "IDEALES – El cigarrillo de calidad", en el otro "La gente chic fuma cigarrillos REINA VICTORIA", pero tanto el globo como el biplano que acompañan los avisos se alejan y parecen despedirse de nuestro país junto con el trust tabacalero inglés.



LOS INDUSTRIALES QUE INICIARON EL CAMINO

Antecedentes de la manufactura de tabaco en la Argentina

No es posible dar una fecha precisa sobre el inicio de la industria del tabaco en nuestro país, pero podemos remontarnos hasta los misionarios jesuitas quienes comenzaron con el cultivo de tabaco en el norte argentino con semillas traídas de España, Cuba y Brasil, en donde el tabaco fue cultivado por siglos por los nativos.[399] Remontándonos a la época colonial, la Renta del Tabaco fue creada el 19 de enero de 1756 con el título de Administración General. En 1777 se instala la Dirección General de la Real Renta de Tabacos y Naipes en el territorio del recién establecido Virreinato del Río de la Plata. En 1784 el Reino de España fija precios uniformes en todo el Virreinato a los tabacos que llegan de la Habana y Paraguay. También se vende el paquete de 8 cigarros puros por medio real y el atado de 16 cigarros de papel -cigarrillos- por el mismo precio. Esta es una de las primeras menciones a la existencia de cigarrillos en nuestro territorio en el siglo XVIII.

GUIA DE FORASTEROS
DEL VIREYNATO
DE
BUENOS-AYRES
PARA EL AÑO DE 1803.

Fabrica de Cigarros.
Sobreſtante : D. Manuel Frutos.

Al menos desde 1803 se nombra una fábrica de cigarros cuyo sobrestante (capataz) es don Manuel Frutos en Buenos Aires. [400] Luego de la Revolución de 1810, se decreta la supresión de la Renta del Tabaco en las Provincias Unidas el 22 de agosto de 1812, declarando libre el cultivo, manufactura y comercio del tabaco. El 1° de septiembre se reglamentan los derechos que deben contribuir los comerciantes.

Una de las primeras noticias sobre fabricación de tabaco en Buenos Aires con posterioridad a la eliminación de la Renta, corresponde a un aviso publicado el 8 de abril de 1818 que decía:

"*En la fábrica de la calle de la Merced, pasada la escuela de D. Francisco Argerich, se vende rapé superior a 10 rs. la botella; y del mismo a igual precio, para comodidad del público en lo de…*"

En una lista de los talleres de la ciudad del año 1821, se encuentran una fábrica de tabaco en polvo fino y algunas de rapé y cigarros.[401] El *Registro Estadístico* N° 11 de 1822 menciona una fábrica de polvo y 37 cigarrerías. Por 1830 se citan[402] varios mercaderes de tabaco y cigarros, en particular a don Pedro Erneta con una fábrica de cigarros situada en la calle Biblioteca 108 (actual Moreno).

Otro fabricante de rapé es Honoré Isidoro Rosseau, con su taller de venta al público en Calle Plata 3 y luego Piedras 14.[403] También era común que en los diarios de la época se publicaran avisos de venta de tabaco. Por ejemplo, en el diario *El Tiempo*[404] encontramos: "*Aviso a las cigarreras: En el almacén calle de la Catedral Nº 67, hay de venta tabaco colorado de hoja de primera calidad y precio equitativo.*" Esto es porque la mayoría de quienes producían los cigarros eran mujeres que trabajaban en sus casas con sus hijas e hijos y algún obrero ayudante. Estos talleres tenían arreglo con algunos almacenes y pulperías a quienes les entregaban sus productos a cambio de comestibles y algo de efectivo. Hasta la caída de Rosas en 1852 no hubo cambios significativos en la forma en que se consumía y se procesaba el tabaco, pero lentamente los talleres se fueron mecanizando y las manufacturas familiares fueron reemplazadas por las incipientes fábricas, que comenzaron a monopolizar la venta de tabaco suelto, cigarros, cigarrillos y demás artículos para los fumadores.

En 1843 Miguel Gómez y Cía. establece con setecientos pesos moneda corriente la Cigarrería del Toro, la primera fábrica de cigarrillos sobre la que se tiene certeza de su existencia.[405] En 1854 la casa está radicada en San Francisco N° 106,[406] por 1862 en Moreno N° 108,[407] y dos años después se extiende al N° 110 de la misma calle.[408] También tenía sucursales en Chacabuco 12 de Buenos Aires y en la esquina de San Lorenzo y Aduana (hoy Maipú) de la ciudad de Rosario. En 1871, ya propiedad

Miguel Gómez, fundador en 1843 de la Cigarrería del Toro, posiblemente la primera del país.

de Miguel Mena y Cía., y aún en la calle Moreno, publica un anuncio: "*La fama de que gozan los cigarrillos de nuestra fábrica, ha hecho que tengamos una gran demanda*"… "*Suplicamos no confundir nuestro verdadero y afamado cigarrillo con las perversas imitaciones; fijarse en la etiqueta*". La firma también importa cigarros habanos, de Bahía, superiores, de Bremen, de Manilla, etc.[409] Hacia 1873 la casa, ahora dirigida por Antonio Mena, da como domicilio Chacabuco 70-86 y Moreno 107, 108 y 110.[410] En octubre 18 de 1877, registra su marca de cigarrillos DEL TORO bajo el N° 168, y también aparece en Puerto 61 como A. Mena y Cía. en la ciudad de Rosario, con negocio de cigarrería en 1876.[411] Por 1878, Steenken Hermanos adquiere la casa comercial, y por 1879 la encontramos en Moreno 165/171.

La imagen de los cigarrillos DEL TORO de la Cigarrería del Toro que presentamos puede considerarse una especie de "Santo Grial" de las marquillas argentinas, pues corresponde a un producto comercializado por quien es considerado el primer fabricante de cigarrillos del país en trabajar con maquinaria y métodos industriales. En la base de la etiqueta se observa la firma de Miguel Gómez, de donde se deduce que es previa a 1871 y por la dirección de Moreno 110 sabemos que es posterior a 1864. Para esa época la fábrica ya era considerada una de las más importantes de Buenos Aires y sus productos estaban entre los más reconocidos. Por esa razón sus cigarrillos eran imitados por otras manufacturas y el propio fabricante alertaba a sus clientes en la etiqueta:



AVISO: El crédito de que goza nuestro establecimiento por su buena clase y equidad en los artículos que espende para lo cual no dispensamos ningún sacrificio, podemos menos de avisar a nuestros favorecedores las muchas falsificaciones que se hacen de nuestros reconocidos cigarrillos del TORO y del tabaco que en dicha casa se espende, y para evitar en lo posible la falsificación pusimos desde ahora la etiqueta color carmesí y nuestra firma: Miguel Gómez y Cía.

En los años previos a la caída de Rosas se crea también la manufactura de Nicolás Zolezzi quien establece en 1844 su fábrica de rapé La Argentina. Esta fábrica la registramos[412] en 1886 en Bolívar 540-542 y perdura al menos hasta 1894, ahora[413] en Bolívar 1428 (seguramente debido al cambio de numeración). Lo sucede Pedro Zolezzi, quien está en Defensa 110 en 1902.

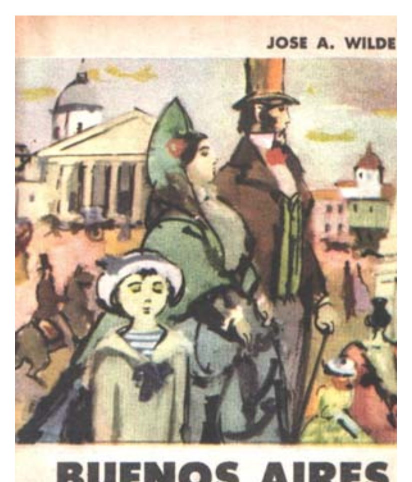
En 1850 se establece La Catedral de Francisco Olivero, que perdura hasta fines de siglo, y hacia 1885 cuenta con importante maquinaria en su establecimiento situado en San Martín 4-10.

Hacia 1855 la cantidad de cigarrerías en la ciudad de Buenos Aires superaba las treinta, entre las que podemos mencionar: Cigarrería de la Esperanza, de Francisco Gambín, Buen Orden 102; Cigarrería de la Habana, de Antonio Marengo, Perú 58 ½ (que continuó al menos hasta 1885); Cigarrería de la Norma, de Francisco Ruiz, Federación 157 (se registra hasta 1870); Cigarrería de La Marina, de Tomás Ramela, Mayo 57, Cigarrería del Ancla Dorada, de Jacinto Spigno, Recoba Vieja 13.

Una década más tarde (1864) el número de cigarrerías registradas[414] ya estaba en 50, y seis años después se cuentan[415] casi 80. En este caso aparece el valor declarado de las distintas fábricas, que en la mayoría de los casos es menor o igual que $ 1000 m/c, cuando muchos almacenes, tiendas, ferreterías o cafés superaban este valor. Esto nos indica que la gran mayoría de las manufacturas aún eran talleres mayormente familiares y artesanales en donde se elaboraba una cantidad limitada de tabaco. Las firmas de más valor eran las de Francisco Baglieto y Cía. (Piedad 88), Juan Brisson (Chacabuco 96 y Cuyo 2), Luis Geissel (Piedad 153), Ghigliassa Hnos. (Florida 2), José León – La Hija del Toro (Cangallo 262 y 274) y A. Masenari (Cangallo 81½). En la década siguiente comienzan a formarse los primeros establecimientos industriales del tabaco. Se reemplaza el trabajo manual por modernas maquinarias a vapor y se aplica la nueva tecnología para mejorar los productos

que se ofrecen a los fumadores. Varias de las fábricas "fundacionales" y más importantes en la historia del tabaco en la Argentina fueron constituidas en esta época. En 1880 ya había establecidas[416] entre 120 y 180 firmas dedicadas al comercio del tabaco tan solo en Buenos Aires y el número continuó ascendiendo con el correr de los años acompañando el fuerte crecimiento poblacional debido a la apertura migratoria de fines del siglo XIX.
Con respecto a las marcas registradas, recordamos que en 1876 entró en vigencia la Ley de Marcas de Fábrica y de Comercio y que el 27 de octubre de ese año fue concedido a Melvin Sewell Bagley el uso de la marca Hesperidina para bebida alcohólica, siendo este el primer registro histórico en la Oficina de Patentes de Invención y Marcas de Fábrica de Comercio y de Agricultura.[417] El registro Nº 9 le correspondió a LA CATEDRAL, fábrica de cigarrillos de tabaco negro del ya mencionado Francisco Olivero. La solicitud fue presentada el 13 de octubre de 1876 por Faustino Ibarra (apoderado de Olivero). La marca contenía un grabado representando a la Catedral de Buenos Aires con la leyenda: Cigarrería de la Catedral, Francisco Olivero, San Martín Nº 6, frente a la Catedral, Buenos Aires, Legítimo: F. O. El Sr. Olivero la venía usando desde años atrás (1850, como ya mencionamos) para distinguir sus cigarrillos. Fue concedida por 10 años el 21 de noviembre de 1876 y es la primera marca registrada de cigarrillos en nuestro país.

Para finalizar la introducción de este capítulo reproducimos una descripción muy pintoresca de la forma en que se procesaba y comercializaba el tabaco a principios del siglo XIX, que aparece en el libro[418] de José A. Wilde, *Buenos Aires desde setenta años atrás*:



"Las cigarrerías, propiamente dichas, no se conocían en los tiempos a que nos venimos refiriendo (alrededor de 1810). Las vimos con profusión en Montevideo en 1842, donde probablemente existían desde época anterior; luego que la emigración argentina regresó después de la memorable batalla de Caseros, las cigarrerías en la forma que hoy las conocemos, empezaron a establecerse entre nosotros.
Antiguamente, los cigarros se expendían en los almacenes y pulperías. Hubieron después, algunas casas especiales como el almacén de Rey, el de Villarino, el Poste Blanco de Muñoz, de Giménez, de Sánchez al lado de la confitería de Baldracco, etc., en donde se vendían cigarrillos muy buscados por los aficionados al buen tabaco.
Casi todos los almaceneros tenían su picador de tabaco, especie de profesor ambulante que iba de almacén en almacén, permaneciendo en cada uno el tiempo suficiente, con arreglo al despacho de cigarrillos o de tabaco picado.
También tenían su cigarrero; algunos, aunque pocos, trabajaban en sus propias casas, pero los más lo hacían en el almacén o pulpería, precaución que tomaban los dueños de éstos, para que no cambiasen el tabaco. Colocábase el cigarrero en paraje resguardado del viento, (a fin de que el tabaco no se aventara) con una fuente de lata o cosa parecida puesta sobre los muslos, con tabaco picado y una provisión de hojas de papel de hilo, cortado artísticamente con un cuchillo ad hoc, envolviendo y cabeceando sus cigarrillos con admirable prontitud y destreza.
No se envolvían los cigarros en papel de plomo ni tenían envelope con etiqueta, ni nos favorecían los fabricantes con sus importantes efigies; en fin, carecían de toda clase de cubierta. Se ataban simplemente por ambas extremidades, con hilo negro o colorado, en número de 16 a 20, y cada atado se vendía por un medio de plata y más tarde, por un peso papel, reduciéndose gradualmente el número de cigarrillos hasta quedar en nuestros días en ¡ocho!
Aunque se vendían cigarrillos hamburgueses, de Virginia, paraguayos, correntinos y aun algunos habanos, el que más se consumía era el cigarro de hoja, que podía llamarse del país, fabricado aquí con tabaco del Paraguay, de Corrientes, de Tucumán, y, algunas veces, aunque muy raras, del cultivado en esta provincia. Este ramo de industria estaba, puede decirse, exclusivamente en manos de la mujer, y muchas familias pobres se sostenían bien con sólo la fabricación de cigarros de hoja.

Algunas compraban el tabaco al contado; otras pagaban su importe con los cigarros que entregaban, o sacaban la mitad de su valor en gasto; algunas, que podremos llamar mayoristas, y que gozaban de mayor crédito, tomaban un petacón con 10, 12 o más arrobas, que también pagaban paulatinamente, con entrega de cigarros; en fin, como antes hemos dicho, la fabricación de cigarros de hoja les ofrecía un medio honesto de vivir, pero la cigarrera, batida en brecha por las máquinas y los cigarreros, sólo se la ve refugiada en uno que otro suburbio o en la campaña.
Penetremos, sin embargo, a una casa de familia pobre, pero honrada, que se sostenía haciendo cigarros, y veamos lo que más o menos pasaba en ella.
La madre o la señora mayor, era, en general, la encargada de ir al almacén a comprar el tabaco; no porque a las muchachas les faltase ganas de ir, sino porque sus manos no podían, sin grave perjuicio, apartarse de la mesa, y la señora vieja tenía una parte menos directa en la elaboración. Cuando podía ostentar un sirvientito, suyo, o pedido en el barrio con ese objeto, éste venía tras la señora, con su arroba, o más o menos, de tabaco colorado. Si de esto no podía hacer gala, ella misma traía su tabaco del modo más disimulado posible, debajo de su mantón o rebozo.

Llegada a su casa, la pregunta más natural era:
-«¿Cómo le ha ido, mama, con don Crisólogo (el almacenero), siempre ventajero?»
Aquí se presentaba la oportunidad de darse la señora importancia y hacer comprender que el buen negocio había pendido exclusivamente de su perspicacia y savoir faire.
-«¡Qué, hijita! Don Crisólogo siempre el mismo; me quería endosar pura tripa, pero yo, tiesa que tiesa, le hice abrir porción de mazos, y al cabo me he traído un tabaco riquísimo; ¡es un oro, pura hoja! Dice que el sábado sin falta le manden 15 o 20 atados de cigarros. ¿Está el agua caliente? ¡Queda tan lejos este maldito almacén! Vengo rabiando por tomar mate.» Remuneración, según ella, justamente merecida por su talento y tacto diplomático cerca de don Crisólogo.
Sobre mesas o un catre de lona o de cuero, veíase siempre en el patio, en buen tiempo, tabaco puesto a secar: el tiempo húmedo era el mayor enemigo de la cigarrera.
Toda la familia, o la mayor parte de ella, por lo menos, tenía participación en la operación de abrir tabaco y separar la tripa de la hoja; una de las más prolijas se ocupaba de remojar, luego abrir y apilar hoja sobre hoja, las que más tarde se empleaban para la capa externa o envoltura del cigarro; la niña, o las niñas, eran las fabricantes.

Si, como sucedía con frecuencia, eran buenas mozas, esto daba motivo al almacenero para tomar por pretexto la necesidad apremiante y repentina de cigarros, a fin de tener entrada en casa de la cigarrera, donde, como es de suponer, era bien recibido.
Uno de los recursos con que muy legítimamente contaba ésta, era el de vender por menudeo, pues es claro que del atado (128 cigarros), que vendía al almacenero o pulpero por seis pesos, por ejemplo, sacaba ella diez, y no faltaban compradores.
Así, muchos jóvenes, al pasar por la ventana, hábilmente entreabierta, de la pieza en que, bien peinada y arregladita, trabajaba la cigarrera, no podían menos que detenerse a comprar cigarros de hoja, aun cuando en su vida fumasen sino papel. Por regla general, cuando esto sucedía, no había cigarros hechos, rogándole al comprador que entrase un momento mientras preparaba un peso de los más rubios y bien acondicionados. Mientras duraba esta operación, la conversación no escaseaba, y aun en casos excepcionales, era acompañada de un matecito, tal vez con azúcar quemada.
Pero no se crea por esto que las cigarreras eran como el gran número de desgraciadas que todos han tenido ocasión de ver en estos últimos años despachando en las cigarrerías. No; eran hijas honradas de madres pobres, que honestamente ganaban el pan. Ese deseo de entrar en relación con las personas que consideraban decentes, que acudían a comprar, era natural y disculpable, y aun instintivo; no diremos que no habría una segunda intención en su cortés invitación, pero ésta se mantenía dentro de los límites del decoro. Con aquella franqueza, pues, con aquella desenvoltura graciosa de la mujer argentina, aun en la clase media, recibían estas visitas, sosteniendo una conversación agradable y mesurada, dando alguna vez su inocente ardid, feliz resultado, pues más de un visitante cayó en las redes, hábilmente tendidas por la graciosa cigarrerita.

La Cigarrería del Toro

Como mencionamos al comienzo de este capítulo La Cigarrería del Toro es, hasta donde existen datos certeros, el primer establecimiento que puede ser calificado como fábrica de cigarrillos. Luego de la fundación en 1843 por Miguel Gómez y Cía. la firma pasó a manos de Miguel y Antonio Mena en 1871, y para 1878 ya había sido adquirida por Steenken Hermanos con domicilio en Moreno 165 al 171, familia que muy probablemente haya emigrado desde Alemania, aunque no encontramos datos certeros. El aviso de 1879, aparecido en el periódico[419] *La Cotorra*, publicita los ESPECIALES DEL TORO manufacturados con tabaco negro proveniente de Río Novo en Brasil, y que se vendían a un peso moneda corriente el atado.



En 1884 (o probablemente antes pues las marquillas que presentamos son de 1880-1881) la firma se había mudado[420] a Victoria 144-146 como Adolfo Steenken y Cía., casa introductora de cigarrillos y tabaco, fábrica a vapor de cigarros: Cigarrería del Toro. Justamente Adolfo Steenken figura en 1886 con domicilio particular en Victoria 150, al lado de su cigarrería. Todas las propiedades desde Victoria 142 al 152 pertenecían a don Carlos P. Lastra. Por 1893 la Cigarrería del Toro aparece en la calle Victoria 556 (por el cambio de numeración) y depósito en Defensa 146, en el momento de mayor amplitud en sus negocios.[421] En 1886 la firma también tenía una sucursal en la ciudad de Rosario de Santa Fe en la calle Puerto 154-156.
Entre las marcas de tabacos y cigarrillos registradas por esta fábrica podemos mencionar EL TORO, CAPORAL DEL TORO, LO MEJOR (registrada el 09 de abril de 1895), BISMARCK, PRO-PATRIA, ITALIA, GRAL. BALDISSERA, LOS FLUMINENSES, MANIQUÍ (anotada el 07 de febrero de 1896) y LANCERO ARGENTINO.
La primera marquilla que mostramos es con seguridad muy cercana a la adquisición de la cigarrería del Toro por los hermanos Steenken pues en ella aparece la leyenda "sucesores de Antonio Mena". Podemos observar dos ventanas con retratos de personajes internacionales de la época (Giuseppe Garibaldi y Adolphe Thiers, presidente de Francia).



La segunda marquilla es similar, aunque de distinto color, y tiene retratos de políticos argentinos como Carlos Tejedor y Bartolomé Mitre. La Litográfica Gazeau, calle Pasco 23, era la encargada de imprimir las etiquetas.



La fábrica de la calle Victoria 556 tenía la sala de venta y depósito en e1 frente y los talleres en el fondo, en un galpón de dos pisos con paredes de material. En la planta baja se elaboraban cigarrillos en forma mecánica mediante una máquina Bowles and Son, capaz de producir 250 cigarrillos por minuto, y una moderna cigarrillera Comas que producía 80.000 cigarrillos al día. Para la elaboración de tabaco se utilizaban dos picadoras inglesas para hebra y una brasilera para tabaco negro, un ventilador, un torrefactor, un cernidor y dos tostadores, uno a vapor y el otro a fuego, además de un afilador automático y una guillotina para cortar papel. Todas estas maquinarias eran movidas por un motor de 10 caballos de fuerza, provisto de su respectiva caldera.

En el primer piso estaba el taller de cigarreros en donde trabajaban 50 operarios y la producción se completaba con elaboración a pedido en casas de familia. La firma podía producir más de 20.000 atados diarios de cigarrillos con más de 20 marquillas distintas. Al cumplir 50 años en 1893, lanzó al mercado varias nuevas marcas de cigarrillos, con etiquetas lujosas y artísticamente ejecutadas: LOS PREFERIDOS, CREMA DE CUBA, JUAN MOREIRA, y LA ÉPOCA. La Cigarrería del Toro también elaboraba cigarros de hoja, habanos, bahía, etc. de marcas EXCEPCIONALES, ELEGANTES, PETIT BOUQUET, TRIUNFOS ARGENTINOS, etc. e introducía cigarros finos de Bremen, tabaco habano, de bahía, paraguayo y de las provincias argentinas.



En la colorida marquilla con el toro bravo de la Cigarrería del Toro fabricada en Rosario, aparecen las iniciales J. Z. y Ca., seguramente refiriéndose a José Zubielqui y Cía., quien en 1886 aparece listado como cigarrero en los registros del *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración*.[422] No hemos hallado datos que confirmen si se trató de una sucursal de la cigarrería porteña o de una firma independiente.

La Cigarrería del Toro de Adolfo Steenken dejó de funcionar en el año 1900 vendiendo una parte de sus marcas comerciales a La Fortuna, de José M. Busto y Cía. y el resto a La Hija del Toro, de José León y Cía.

Manufactura Nacional de José Daumas



José Daumas, fundador de la Manufactura Nacional en el año 1870.

José (nacido como Aimé-Joseph) Daumas fue un importante industrial de origen francés que nació[423] en la ciudad de Marsella el 21 de diciembre de 1841. Este inmigrante europeo arribó a la ciudad de Buenos Aires en 1869 y solo un año después abrió su pequeño y modesto local en la calle Estados Unidos 250-252 (o 376 según otras referencias[424]), donde comenzó a fabricar cigarros y cigarrillos. En 1875 se estableció en la calle Piedad 239 y, según el *Anuario del Comercio y la Industria*,[425] desde 1880 ya utilizaba el edificio especialmente construido en la calle Cangallo 174-177 (luego 679, por el cambio de numeración), entre Florida y Maipú. En sus talleres tenía 14 modernas maquinarias francesas operadas por mujeres, que complementaba con otras de su invención, aún más perfeccionadas que las usadas por la administración de París.

Sus cigarrillos EMINENTES, TIP-TOP y GLORIA no empleaban goma ni se tocaban con la mano gracias a una invención suya, según puede corroborarse en la patente N° 545 otorgada por 10 años a José Daumas el 30 de octubre de 1886 por "Mejoras en máquinas para elaborar cigarrillos, caracterizados por no emplearse goma para unir los bordes del papel".

Daumas fue también un iniciador de la agremiación industrial en nuestro país y difusor de las exposiciones industriales. Fue presidente del Club Industrial, fundado en 1875, y también por mucho tiempo principal redactor de su órgano *El Industrial*. Al mismo tiempo integró una sociedad a cargo de la explotación de un yacimiento de mineral de hierro en Catamarca.



La etiqueta de los cigarrillos[426] DAUMAS AROMÁTICOS que presentamos es posterior a 1880, pues ya figura la dirección de la calle Cangallo, y se destaca por los símbolos masónicos (compás y escuadra) que hay distribuidos en toda la ilustración. Debajo del retrato de J. Daumas están su firma y la leyenda "exigir mi firma". A la derecha en la cinta roja que sujeta el cóndor, dice "igualarme pueden - pasarme no". También puede notarse que la dirección de la fábrica es Cangallo 175-177.

Como ya mencionamos, hasta el año 1887 en la Ciudad de Buenos Aires se utilizó una numeración con 50 números por cuadra, comenzando en la Av. Rivadavia y en Paseo de Julio (Alem) y Paseo Colón. Desde esa fecha se utilizaron 100 números por cuadra y la numeración este-oeste comienza en Av. Huergo y Madero. Con estos datos es posible datar con bastante certeza la fecha de producción de la marquilla entre los años 1880 y 1887.

Cigarrillos de sobremesa

LA CIGARRERIA DE DAUMAS

Acaba de poner en venta sus inmejorables cigarrillos sueltos, en cajitas de 250, á los precios siguientes:

Cigarrillos y Referidos Daumas, la caja de 250............................ $ 1.05
Estrella, Elegantes y Algeriennes.. « 1.20
Eminentes.................................. « 1.30
Tip-Top.................................... « 1.90
Tip-Top, Gloria, sin cola .... « 2.50
Tip-Top, Gloria, especiales, sin cola « 3.50
Tip-Top, Gloria, escepcionales, sin cola « 4.50.

La casa se halla provista de un surtido de Cigarros Habanos garantidos de procedencia directa, de las mejores marcas y de tabacos franceses é ingleses legítimos á precios sin competencia.

679-CANGALLO-679

Uno de sus primeros productos fueron los cigarrillos negros del PITO MARAVILLOSO, hechos con el tabaco negro más puro, el mejor que venía al Río de la Plata.[427] Entre 1870 y 1875, José Daumas fabricó el llamado cigarrillo francés de hebra, anterior incluso a la propia fabricación en Francia. La distinción es que el cigarrillo Elegante tiene 1028 gramos cada 1000 unidades, mientras que los llamados franceses solo 734 gr. En 1878 en la Exposición Universal de París, Daumas obtiene un primer premio por sus cigarrillos ÚNICOS PREMIADOS.[428] Al año siguiente, en la Exposición industrial de Buenos Aires, obtiene un premio de 3000 pesos de parte de la Provincia de Buenos Aires, y medalla de oro del gobierno nacional por su elaboración del tabaco.

Otras marcas de cigarrillos elaboradas por la Manufactura Nacional en 1892 eran:[429] REFERIDOS DAUMAS (se vendían a $1.05 la caja de 250 cigarrillos), ESTRELLA, ELEGANTES, ALGERIENNES (250 por $1,20), EMINENTES ($1.30), TIP-TOP ($1.90), TIP-TOP y GLORIA sin cola ($2.50), TIP-TOP y GLORIA especiales sin cola ($3.50), TIP-TOP y GLORIA excepcionales sin cola ($4.50). También comercializaba los ENTRE ACTOS, atados de 9 cigarrillos sin papel por $0.30, JAZMINES atados de 15 cigarrillos sin papel de tabaco Bahía por $0.30 y VIOLETAS, 15 cigarrillos de tabaco habano por $0.30.



Entre las marcas de cigarros que fabricaba Daumas podemos mencionar:[430] CRÁPULOS chicos (Damitas), CRÁPULOS grandes (medio Londres), ARISTOS (Damitas), ARISTOS (Regalía), ARISTOS (excepcionales). La firma vendía además rapé francés, Maryland y Scaferlati de calidades superior y ordinaria.

Los cigarrillos TIP-TOP, de verdadero tabaco Habano, fueron uno de los más acreditados de la Manufactura Nacional. La expresión "Tip-Top" viene del lenguaje corriente inglés y se aplica a lo que es excelente o de la más alta calidad. Como sucedía (y todavía sucede) con las marcas que tienen cierto éxito

TIP-TOP

Son los mejores cigarrillos de los inmejorables —

CIGARRILLOS DAUMAS

Los fumadores deben evitar las falsificaciones exigiendo en cada etiqueta la firma de garantia de

—*J. Daumas.*

comercial, fabricantes inescrupulosos aprovechaban para vender copias no originales, y por eso hacia 1892 se advertía a los fumadores que exigieran productos legítimos debido a las falsificaciones que se realizaban.[431] Comenzado el siglo XX los cigarrillos TIP-TOP venían en paquetes redondos de 18 unidades que se vendían a 15 centavos el atado. Continuaron fabricándose al menos hasta 1918 cuando la marca ya estaba en poder de la C. A. T.

Daumas regresa a Francia y en 1887 es elegido consejero general por el partido radical en la región de Faubourg Montmartre en el distrito 9 de la ciudad de París, cumpliendo funciones hasta 1890. Declara como ocupación ser vendedor de tabacos en la zona de Malesherbes. Justamente, a comienzos de la década de 1890 instala una casa de compras en la calle de La Grange Bateliére N° 16 de París, donde adquiere los tabacos turcos, exóticos, etc., necesarios para la fabricación de sus productos en Buenos Aires. Ya desde 1892 sus negocios en la Argentina quedan en manos de su compatriota Augusto Pech,[432] quien aparece como sucesor de José Daumas en las publicidades de los productos de la Manufactura Nacional. En 1885 Pech era dueño de un taller de litografía situado en Bal-Balcarce 76,[433] y sabemos que continuó con esa actividad al menos hasta 1895 por los datos que aparecen en la ficha del censo de ese año. En esta época aparecen nuevas marcas como IDEALES y TIP-TOP BOUQUET. La fábrica continúa figurando a nombre de A. Pech y Cía. en las diferentes guías comerciales, al menos hasta 1897. Sin embargo Daumas siguió ligado a la actividad tabacalera en Buenos Aires. En 1894, junto con varios de los principales industriales tabacaleros del momento, se opuso a un primer intento de la imposición de un gravamen al tabaco, que finalmente terminó sancionándose al año siguiente. En abril de 1895 Daumas anota la marca de cigarrillos LA LUZ en la Oficina de Patentes y Marcas, la última que aparece inscripta con su nombre.

TIP-TOP

EMINENTES

IDEALES

ESTRELLA

TIP-TOP BOUQUET

ELEGANTES

Basta probar cualquiera de estas marcas para convencerse que los Cigarrillos DAUMAS son los mejores cigarrillos del mundo.

Asi lo han declarado los Jurados de todas las Exposiciones al dicernirles las mayores recompensas y asi lo confirma el analisis quimico recien hecho, que demuestra que los Tabacos de la MANUFACTURA NACIONAL son los que menos nicotina tienen, al mismo tiempo que son los de mas aroma y por consiguiente los mas agradables y menos dañinos para la salud.

Exíjase en cada atado la firma de garantia

J. DAUMAS.

Por todos los paquetes se reciben las novedades de Paris en ARTICULOS PARA FUMADORES

Inmenso Surtido de Pitos y Boquillas

A. Pech y Ca. Sucesores de J. Daumas

679 — Cangallo — 679

BUENOS AIRES

Finalizamos la descripción de esta firma presentando un interesante artículo realizado por un escritor de la época sobre la forma en que se desarrollaba la actividad industrial en una cigarrería de fines del siglo XIX. Para ello reproducimos la crónica aparecida en el libro de A. Galarce, *Bosquejo de Buenos Aires*,[434] en donde se detalla minuciosamente la historia de José Daumas y la manera en que construyó una de las tabacaleras más prestigiosas del país.

Manufactura Nacional es el nombre de una cigarrería establecida en la calle Cangallo entre las de la Florida y Maipú que, como va a verse por los datos que insertamos a continuación, es uno de los establecimientos cuyo crédito y fama no son extraños ni al extranjero.

La actividad de sus operaciones, la elaboración óptima de sus productos, la delicadeza del trabajo, la excelencia de la materia prima y la ejecución rápida de los pedidos, son todos títulos conquistados por la laboriosidad y el trabajo paciente del Sr. J. Daumas, que no ha omitido esfuerzos ni sacrificios aún para dotar a la Capital de una casa especial de fábrica de cigarros y cigarrillos que consultase el tono que gasta nuestra vida High Life y el más caprichoso gusto aristocrático de la clase acomodada.

Empezó sus primeros trabajos en 1869, año en que llegó a Buenos Aires entrando como tenedor de libros en una casa de comercio, no teniendo otro capital que el sueldo que ganaba.

Desde el año 1870 en que pudo ya establecer su fábrica, aunque humilde, la excelencia de sus cigarros y cigarrillos, le dieron pronto una clientela escogida que colmaba sus afanes; pero un pleito que tuvo que seguir le arrebató en 1875 el capital que sus economías y laboriosidad le permitieron recoger, perdiendo así el fruto de cinco años de trabajo. Sin embargo, este golpe de la inquieta fortuna en lugar de abatirlo le comunicó nuevos bríos, y con más fe y decisión que nunca se resolvió continuar sus trabajos explotando la misma industria.

Empezó por cambiar de local, estableciéndose en la calle Piedad, impúsose nuevas economías, dotó a la fábrica como podía en aquellas circunstancias y entregose enteramente al trabajo.

Aquí sus esfuerzos se vieron colmados muy pronto y numerosa clientela se servía de su casa; supo imprimir tal movimiento a su fábrica que apenas tenía tiempo para satisfacer los numerosos pedidos que le asediaban de la campaña y Provincias: ya no se descansaba un solo momento y las máquinas elaboradoras trabajando sin cesar veían sucederse a sus directores de día y de noche.

Así continuó la fabricación y el movimiento durante 9 años consecutivos, en que trasladándose al local que hoy ocupa, dotó al establecimiento de los materiales de fabricación y elaboración que su poderoso crédito y su actividad asombrosa le imponían.

Empezados los trabajos de construcción del edificio para el nuevo establecimiento en el sitio que compró en la calle de Cangallo que le importó una suma de $18.000, quedaron completamente terminados a principios del año 1883, cuyo costo total ascendió a la cantidad de $50.000; la casa es de dos pisos y tiene un hermoso sótano que contiene un depósito de tabacos y varias máquinas.

Este fue construido consultando todas las necesidades del establecimiento y en previsión también del incremento de sus negocios y el ensanche siempre creciente de sus operaciones.

El establecimiento cuenta hoy un capital de $100.000. Su venta anual, tanto por mayor como al menudeo, es de $225 a 240.000, dato suficiente para calcular su movimiento industrial.

Los empleados superiores son: un Gerente, un Contador, dos maquinistas, cuatro empleados para la venta al mostrador, un Director para el taller de cigarros de hoja, una Directora para el de cigarrillos, un Director para el de elaboración del tabaco y cuatro peones para todo servicio.

La casa se abre a las 7 a. m. y se cierra a las 10 p. m. Los operarios trabajan desde las 7 a. m. hasta las 7 p. m. con intervalo de una hora para almorzar, y los dependientes mientras está abierta la casa, con intervalo para almorzar y comer.



Las tres cuartas partes de los operarios y operarias trabajan por obra, y los demás por día o al jornal. Lo que pueden ganar estos operarios por día es: máximum $3, y mínimum $1.

El taller de la fabricación de cigarrillos, compuesto de dos compartimentos separados y bajo la inmediata dirección e inspección de su directora, bastante estrecho para contener los materiales de fabricación y a sus operarias, consta de catorce máquinas especiales de construcción francesa y de cincuenta mujeres que las gobiernan.

El señor Daumas, en el interés de colocar su casa a la mayor altura, ha emprendido en ella grandes refacciones que darán muchas comodidades al establecimiento, reuniendo a todas las mujeres de este taller en un solo salón y en el segundo piso, con escala especial de la que ellas exclusivamente tienen derecho a servirse, y a los hombres en el piso bajo, con salones especiales al trabajo particular de cada sección

El trabajo que tantos años ha visto ejecutarse y la práctica y conocimientos que posee el señor Daumas, le dan el derecho de clasificar a la obrera argentina en sus talleres, quien sin reparo ha declarado francamente que ella reúne a la limpieza y delicadeza del trabajo, la atención y ejecución rápida de su obra, siendo por lo general muy buena.

Durante ocho años ha fabricado dicho señor con tabacos de nuestro país y máquinas construidas también en nuestros talleres, que le dieron el crédito y fama que hoy le sobra, haciéndose la fabricación en estos últimos años con tabacos de la Habana o Bahía, de los cuales ha tenido fuertes demandas.

Podemos decir, en términos generales, que el movimiento de la casa o más bien las entradas y salidas del establecimiento se conservan inalterables todos los años, debido sobre todo a los pedidos de las Provincias y de la campaña, que aunque no se conservan firmes representan valores más o menos equivalentes.

A la entrada y pasando la sala de despacho, existe un depósito de fardos de tabaco habano, del país y de Bahía, que pronto desaparecerán a la furia transformadora de las máquinas, cortado, picado, ventilado, secado a aire frío y envuelto finalmente en hojas de papel que hacen la delicia de los corazones soñadores, o bien en hojas superpuestas con simetría y salpicadas de gotas perfumadas que dan a las espirales del humo suaves y aromáticas ondulaciones de fragancia exquisita.

La fabricación del cigarrillo francés, así llamado porque su elaboración se hace con tabaco en hebra, conocido vulgarmente por tabaco francés, que data entre nosotros desde el año 1870 en el que el Sr. Daumas fundó su fábrica, ha empezado en esta Capital con mucha antelación a la Francia industriosa, y en el año 1878 estos cigarrillos ya famosos, en competencia poderosa en la Exposición de Paris, le discernieron un primer premio a la excelencia del tabaco y a la delicadeza del trabajo, habiendo obtenido desde 1877 hasta la fecha catorce primeros premios, entre ellos tres medallas de oro y un diploma de honor.

Hemos hecho mención de un depósito de tabacos que tiene el establecimiento y nos olvidábamos decir que él representa un valor de 25 a 30,000 pesos así como también en el departamento de la fabricación de cigarrillos, otro depósito de papel de fumar por valor de 8 a 12 mil pesos.

Con las reformas que se hacen en sus departamentos interiores y el pedido de nuevos materiales que llenarán dichos salones, el establecimiento será el primero de la Capital y podrá competir con cualquier fábrica de la misma naturaleza.

El salón de despacho es bastante grande y hermoso, y su armazón hecho con gusto delicado, lujoso y severo, y además rodeado por anchos balcones de madera artísticamente tallada, comunícale un aspecto serio, pomposo y muy atrayente.

Una vidriera grandiosa con vista a la calle y que contiene una exposición completa y notable de los productos de la fábrica y de un selecto surtido de boquillas, pipas, etc., llama constantemente la atención del transeúnte por su continua y lujosa variedad.

Esta vidriera se compone de un solo cristal, único en Buenos Aires y hecho expresamente en la fábrica francesa de Saint-Gobin, tiene un espesor de 20 milímetros, 5 metros 20 centímetros de alto, por 4,50 de ancho, y le da una vista tan extraordinaria al establecimiento y exposición que se siente uno atraído a echar una ojeada por su seno; el costo del cristal gigantesco ha sido de 3.000 francos oro.

Tal es el establecimiento situado en la manzana 15 número 252 de uno de los industriales franceses que con sólo su trabajo ha logrado adquirir una posición holgada e independiente, y el que agradecido a la hospitalidad de la que es para él su segunda Patria, como a las garantías que el país le ofrece, se ha radicado en él y propende al desarrollo de su progreso, empleando cuanto adquiere en hermosear la ciudad y fomentar la industria.

José San Marco y La Unión Española

La fábrica La Unión Española fue establecida por José San Marco en el año 1866. Según el censo de 1895 existen datos sobre dos José San Marco[435] residentes en Buenos Aires. Uno de ellos fue un inmigrante español nacido en 1853 (probablemente el hijo del fundador de la fábrica) quien tuvo al menos cuatro hijos, el menor de ellos también llamado José. La empresa tuvo su domicilio original en la calle Alsina 382 (Alsina 1118, luego de 1887) y contaba con una sucursal en Perú 285, esquina Venezuela, en la Ciudad de Buenos Aires. Además de manufactura de cigarrillos negros, colorados y habanillos, era depósito de cigarros y cigarrillos por mayor y menor y elaboraba tabacos picados de todas las clases. Recibía pedidos particulares que se atendían con "prontitud y esmero". La fábrica tenía una sucursal en Mercedes administrada por Jesús Alfonsín, otro inmigrante español que por entonces residía en esa ciudad bonaerense.



La marquilla EL CENTRO GALLEGO data aproximadamente del año 1880. Estos cigarrillos se fabricaban especialmente para la entidad que reunía a los residentes gallegos en Buenos Aires y que fuera fundada el 8 de julio de 1879. Por coincidencia en ese mismo año se fundaron los centros de Montevideo (30 de agosto) y de La Habana (23 de noviembre). En octubre de 1881 organizó los primeros Juegos Florales de Buenos Aires, y tuvo otras destacadas actividades, para luego desaparecer en 1882. Recién en 1907 se refundó un nuevo Centro Gallego que perdura hasta nuestro días.[436] La marquilla ira impresa por la Litográfica Ítalo-Platense, situada en la calle Rivadavia 512. El diseño incluye un gran escudo central y debajo los escudos de las provincias gallegas de Coruña, Pontevedra, Lugo y Orense



Otras dos marcas que comercializaba la firma de José San Marco eran UNIÓN ESPAÑOLA y LA RECOMPENSA. Ambas marquillas son cercanas al final de la década de 1880, posteriores al cambio de numeración en las calles de Buenos Aires, pero anteriores a la ley de Impuestos Internos de 1895, verificable por

la ausencia de precio impreso en la etiqueta. Si bien LA UNIÓN ESPAÑOLA data de fines de 1880, se fabricó desde varios años antes tal cual se deduce por la imagen de la medalla que obtuvo en la exposición de Buenos Aires de 1878. La mujer con la balanza de platillos representa a la Justicia y, acompañada de un león, fue la alegoría utilizada tanto en la primera República Española (1873-1874) como en la segunda (1931-1936). En la ilustración de la marquilla se observa también el escudo de armas simplificado de España en uso hasta 1868. En ese escudo solo aparecen el león (que simboliza al reino del mismo nombre), el castillo (símbolo del reino de Castilla) y la granada para representar al reino homónimo. Si bien los símbolos del reino de Navarra y de la corona de Aragón se utilizaban en los escudos completos, se incorporaron definitivamente luego del derrocamiento de Isabel II en 1868. A diferencia de la marquilla anterior que era impresa en el país, esta cromolitografía era confeccionada por la litografía de Armanino Hnos. en Génova, que también imprimía algunas de las marquillas de la Cigarrería Popular.

La marca de cigarrillos LA RECOMPENSA también es de fines de la década de 1880, pero en este caso la mujer que aparece en la ilustración tiene a sus pies el escudo argentino. La escena tiene cierta similitud con la Efigie del Progreso, motivo que apareció posteriormente en los billetes argentinos de curso legal desde 1899.



En sus orígenes esa imagen, en la que una dama aparece vestida con una túnica mientras sostiene una antorcha en su mano y a sus pies está el escudo argentino, era identificada como el símbolo de la República Argentina. Según se observa en la marquilla, ya en esa época se utilizaba tabaco habano para la elaboración de cigarros y cigarrillos de buena calidad.

Al menos desde 1897 la manufactura de José San Marco se transformó en La Reforma, de San Marco, Laurent y Jamardo con domicilio en Alsina 1323-1325. Esta dirección apareció en las guías de comercio por lo menos desde 1894, cuando la firma aún funcionaba bajo el nombre de José San Marco. Difiere de la utilizada previamente (Alsina 1118) y por cambiar de numeración par a impar es probable que efectivamente la manufactura se haya trasladado unas dos cuadras hacia el oeste. No debe descartarse, sin embargo, que haya habido un cambio adicional de numeración en algunas calles porteñas y por lo tanto se trate de los mismos talleres.



Los cigarrillos SOCIALISTAS fueron registrados por San Marco, Laurent y Jamardo el 01 de junio de 1897 y les correspondió el acta Nº 6079. En el fragmento que presentamos aparece Helios, dios griego del sol, surcando los cielos en su carro que es tirado por caballos alados. En la aureola solar que siempre lo acompaña alcanza a distinguirse la palabra socialismo. No hallamos ningún nexo entre esta doctrina social y económica y el dios de la mitología griega, por lo que suponemos que se trató de una licencia del ilustrador que diseñó la marquilla.







La marca GUANACO de 10 centavos era otra de las elaboradas por La Reforma. La etiqueta es previa al año 1901 ya que en el pie de imprenta figura la litográfica La Nueva Artística con domicilio en Piedad y Passo y, como ya hemos mencionado, la calle Piedad cambió su nombre por Mitre en 1901.

Notar que el logotipo de La Reforma que aparece en la cara interna de la marquilla GUANACO es igual a la ilustración principal de la marquilla UNIÓN ESPAÑOLA, confirmado que esta firma continuó a la de José San Marco.

El diseño del guanaco que aparece en la marquilla es similar al utilizado en la etiqueta de la misma marca elaborada por José M. Busto, por lo que podemos inferir que esta manufactura fue absorbida por la fábrica La Fortuna. Como en la etiqueta de los GUANACO de Busto también figura la imprenta de la calle Piedad, podríamos deducir que la adquisición se produjo apenas comenzado el siglo XX. Otro indicio al respecto es que la última aparición de la cigarrería de La Reforma en las guías comerciales fue en el año 1903.

Otra de las marquillas de La Reforma era la de los cigarrillos LA CUECA de 10 centavos la carterita. Esta marca es previa al año 1901 ya que también era impresa por la Nueva Artística con domicilio en Piedad 2600. La cueca es la danza nacional de Chile, desde donde ingresó a la Argentina a través de Mendoza, difundiéndose luego a toda la región de Cuyo.

El escudo de la provincia de Mendoza que aparece en la cara posterior de la etiqueta difiere del actual, adoptado en 1941, en donde los dos cuernos de la abundancia aparecen cruzados en lugar de enfrentados.

En la cara interna de la etiqueta puede leerse la siguiente leyenda con la intención de acreditar la marca: *Los cigarrillos LA CUECA se imponen a todos los fumadores de buen gusto, por la fineza de su aroma, su suavidad, y el esmero excesivo de su preparación.*

Como ya mencionamos, esta manufactura con casi 40 años de existencia fue absorbida por la empresa de José M. Busto y Cía., la que a su vez terminó en manos de la Compañía Argentina de Tabaco en 1911, cuando el trust tabacalero inglés desembarcó en nuestro país.



La Capital, de Bernardo Dirube y Compañía


Bernardo Dirube y su hijo Bernardo Saturnino, circa 1880.[437]

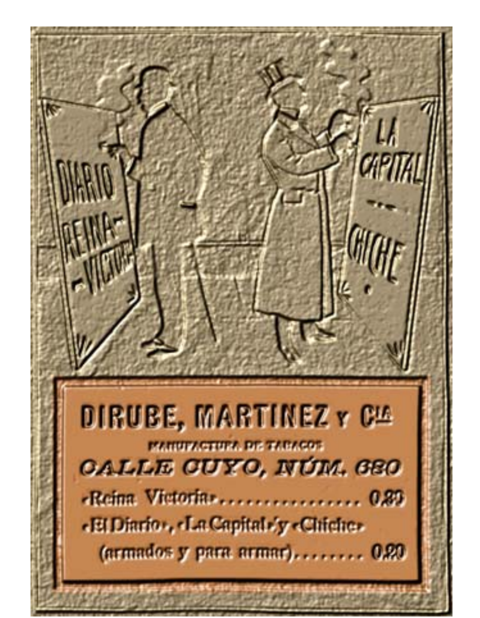
Los primeros inmigrantes de la familia Dirube, apellido de origen vasco-francés, arribaron a la Argentina en 1840.[438] Bernardo Dirube llegó procedente de Francia cuando tenía 17 años. Era el mayor de los seis hijos de Miguel Simón Dirube y Dominga (Dominique) Soudre quienes se dedicaron al negocio del café.[439] Precisamente, en 1842 los Dirube abren el Café de la Amistad en el Paseo de la Alameda (luego Paseo de Julio y más adelante Alem) entre Piedad (Mitre) y Cangallo (Perón).[440] Bernardo Dirube se casó con la también francesa (o española, según otras fuentes[441]) Josefa Salaberría, 14 años más joven que él, con quien tuvo seis hijas (entre ellas María quien, como ya comentamos, se casó con Juan Posse) y un hijo. Bernardo Saturnino Dirube nació el 21 de julio de 1868 en Buenos Aires, tal cual consta en el acta de su bautismo[442] realizado en la primitiva y ya desaparecida iglesia de San Nicolás de Bari (situada en la actual Corrientes y Carlos Pellegrini, frente al Obelisco). El domicilio de su infancia estaba en la calle Tucumán 140.



Alrededor de 1879 Bernardo Dirube (padre) inició sus actividades tabacaleras fundando la empresa La Capital, Casa Importadora y Fábrica de Tabacos, Cigarros y Cigarrillos, dedicada especialmente a la venta, elaboración y picado tabaco para otros manufactureros. En 1886 figura con domicilio[443] en San Martín 221-224, y desde 1893 en Piedad 1459 con depósitos en Bolívar y Garay, y en Rivadavia entre Uruguay y Paraná. La manufactura contaba con diversa maquinaria para la elaboración del tabaco, por ejemplo una máquina de picar hebra sistema Legg de extraordinaria rapidez, una dedicada exclusivamente a picar la cuerda del tabaco negro y otra para picar cualquier clase de tabaco. También poseía máquinarias destinadas a secar el tabaco por medio del calor concentrado, incluyendo una de cobre que en ese momento era única en Buenos Aires. La fuerza motriz se obtenía de un motor de diez HP con caldera de vapor. La casa elaboraba toda clase de tabacos: Bahía, Virginia gruesa y fina, hebra y picadura, peluquilla norteamericana, Habana, turco, francés fino y regular, caporal, alemán, Moro, etc. produciendo diariamente de 20 a 30 toneladas.



Al menos desde 1886 el negocio familiar lo administraban Josefa Salaberría y un muy joven Bernardo (h) en calidad de gerente[444] debido al fallecimiento de Bernardo padre. No pudimos determinar de forma precisa desde cuándo La Capital comenzó con la elaboración masiva de cigarrillos, pero sabemos que en abril de 1895 Dirube (h) registró la marca EL DIARIO.

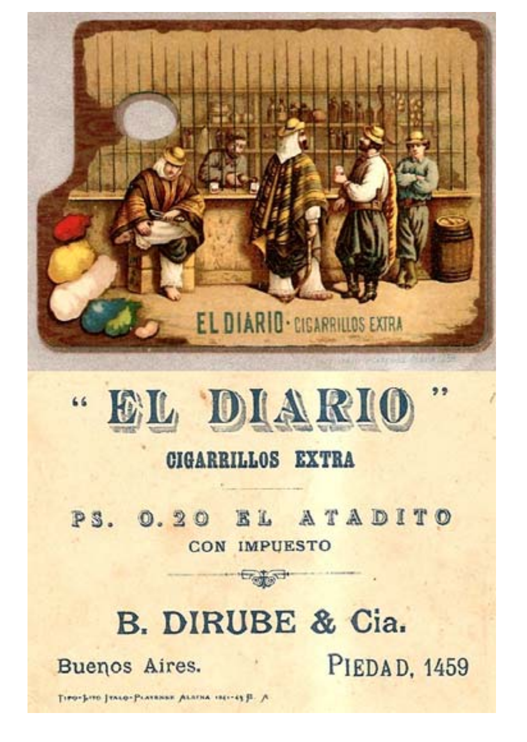


Desde 1899 los productos de La Capital aparecen fabricados por Dirube, Martínez y Cía. No hallamos información fehaciente para corroborar si se trató de una nueva sociedad, como parece indicar el aviso,[445] o si Dirube vendió su fábrica a Enrique Martínez y este decidió conservar por un tiempo el apellido del fundador para darle más crédito a los productos que vendía. Algunas de las marcas de cigarrillos que fabricaba La Capital en ese momento eran EL DIARIO, LA CAPITAL y CHICHE (todos de 20 centavos, armados y para armar) y REINA VICTORIA (30 centavos), esta última anotada el 23 de marzo de 1899 con el acta Nº 7558. La firma también registró los cigarrillos CONCORDIA (acta Nº 8078, 20 de enero de 1900).

La empresa además elaboraba los COMPETIDOR de 10 centavos, para las clases menos pudientes. Estos cigarrillos fueron registrados el 01 de septiembre de 1897 con el acta Nº 6506, y en la marquilla aparece el precio impreso discriminando el valor del producto y el del impuesto. Como en la mayoría de las marcas de 10 centavos, el gaucho que ilustra esta etiqueta es concordante con la estrategia publicitaria de los cigarrillos más baratos, que solían identificar la marca con hechos o personajes de la vida cotidiana. Sugestivamente, en la publicidad de *Caras y Caretas* no se hace referencia a estos cigarrillos, probablemente debido a que la revista estaba destinada a lectores de clase media y media/alta.



Entre las marcas de 20 centavos se destacan los ya mencionados cigarrillos EL DIARIO, preferidos por el monaguillo fumador debido a que su aroma es tan agradable que puede suplir la mirra del incensario, como se enfatiza en el aviso aparecido en uno de los primeros números de *Caras y Caretas*.[446]



Estos cigarrillos, que venían en formato de carterita de 14 unidades, se registraron por primera vez en 1895, nuevamente el 23 de marzo de 1899 (acta Nº 7561) y comenzaron a venderse alrededor de 1898, mismo año en el que aparece la simpática publicidad. También de esa época es la tarjeta de publicidad de EL DIARIO,[447] realizada por la imprenta Ítalo-Platense de Alsina 1241, en la que aparecen varios gauchos tomando alguna bebida alcohólica en una pulpería. Las pulperías eran almacenes de ramos generales en donde la población se abastecía de víveres e insumos y además funcionaban como centros de reunión y de expresión cultural para las clases sociales humildes y medias, en donde se enteraban de las últimas novedades. Allí se bebía, se jugaba a los naipes y a los dados, se realizaban payadas, bailes y riñas de gallos. Es probable que en más de una ocasión ocurrieran peleas luego de beber más de lo aconsejable, de

modo que el pulpero solía protegerse detrás del mostrador con un enrejado.



Tanto la marca EL DIARIO (probablemente inspirado en el periódico *Diario de la Tarde*) como LA CAPITAL (cuyo nombre coincide por casualidad con el del diario de Rosario, el más antiguo de la Argentina) son denominaciones asociables con medios de prensa.

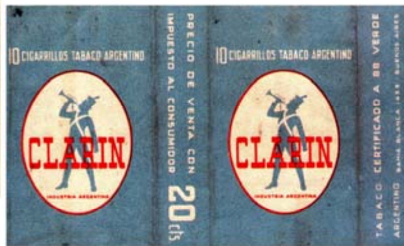
Otra marca de cigarrillos directamente relacionada con periódicos fue LA PRENSA. Estos cigarrillos de 20 centavos eran fabricados por Ribas y Piuma, con domicilio en la calle Caridad 49 (cambió la denominación a General Urquiza en 1901) y fueron registrados el 09 de abril de 1895. En la marquilla se reproducen las portadas de los principales diarios de la época: *La Prensa* (el diario porteño más antiguo que aún perdura, creado en 1869 por José C. Paz), *La Nación* (nacido en 1870 bajo la dirección de B. Mitre), *La Tribuna* (fundado en 1853 por los hijos de Florencio Varela), *El Correo Español* (creado en 1872 y dirigido por Enrique Giménez), *La Patria Degli Italiani* (1877), *El Diario de la Tarde* (1831), *El Tiempo* y *Le Courrier de La Plata* (1847).

La Razón es otro de los periódicos centenarios argentinos Lo fundó el periodista Emilio Morales en 1905 y durante décadas fue el vespertino de más venta en nuestro país. En este siglo se transformó en un diario de distribución gratuita en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires hasta su desaparición en 2017, luego de 112 años de historia. La carterita de los cigarrillos LA RAZÓN de 20 centavos era manufacturada por M. V. de Lamadrid a fines de la década de 1910 y desconocemos si existió algún tipo de relación con el periódico. En la década de 1910 funcionó la Manufactura Eléctrica de Tabacos, Cigarros y Cigarrillos La Razón, con domicilio en Urquiza 1052 de Rosario (dirección de Testoni-Chiesa y de la C. A. T.). Desde comienzos de la década de 1920 la firma La Razón Tabacos SA, situada en la calle Malabia 452-464 de la Ciudad de Buenos Aires, fabricó una decena de marcas de cigarrillos y tabaco hasta finales de esa misma década. Estos talleres habían sido previamente utilizados por César Galloni a finales de la década de 1910 (que también elaboró cigarrillos con la marca LA RAZÓN) y desde mediados de los años 30 se estableció en ese sitio la firma Mitjans, Colombo y Cía. SA (sucesora de J. Mitjans hijo y Cía.), para elaborar los reconocidos cigarrillos CLIFTON, COMMANDER, PILOTO y WINCHESTER, entre otros.

La marca que con seguridad no tienen relación alguna con el diario homónimo es la de los cigarrillos CLARÍN, fabricada por Antonio Ponce y Cía. alrededor del año 1935, mientras que el diario de Roberto Noble fue fundado recién el 28 de agosto de 1945.







Como ya mencionamos, en 1899 Dirube asocia (o vende) a E. Martínez a La Capital y la fábrica se traslada a la calle Cuyo 680. La ilustración de los pegadores de carteles[448] fue realizada por el dibujante y caricaturista Manuel Mayol justamente en 1899, cuando Dirube todavía no se había asociado con Martínez, pues solo aparece su nombre en la publicidad. Sin embargo, no debe descartarse que la asociación se haya iniciado en 1898 ya que en la revista[449] *El Tabaco* se indica que La Capital, de Enrique Martínez, fue fundada ese mismo año. Desde 1900 La Capital ya figura dirigida únicamente por Enrique Martínez y Cía. Prueba de ello es la imagen de los cigarrillos PURITANOS que habían sido registrados el 23 de julio de 1900 (acta Nº 8396). Al año siguiente la firma presentó en el Registro de Marcas los cigarrillos de tabaco BAHÍA de 10 centavos fabricados por La Capital, inscriptos el 28 de junio de 1901 (acta Nº 9904), y en donde también figura solo el apellido Martínez.



El último registro que aparece únicamente a nombre de Bernardo Dirube en el Boletín Oficial fue con fecha 23 de marzo de 1899, luego figura la presentación de la marca CONCORDIA, única con la razón social Dirube, Martínez y Cía., el 20 de enero de 1900. Con estos datos podemos decir que la potencial sociedad entre Dirube y Martínez duró a lo sumo algo más de un año, desde abril de 1899 hasta julio de 1900. Se concluye entonces que el alejamiento de Dirube de la firma ocurrió en 1900 y que probablemente haya vendido su parte del negocio a Martínez. Adicionalmente hallamos que hacia fines de 1902 Bernardo Dirube había cambiado (o diversificado) sus actividades al rubro de productos lácteos, ya que aparecen algunos avisos[450] con su nombre en *Caras y Caretas* publicitando leche y manteca de "absoluta pureza y bondad". Sin embargo Dirube vuelve al negocio del tabaco en el que vivió desde niño en 1906, cuando la cigarrería La Popular de Juan Posse se transforma en la Compañía General de Tabacos S.A., y lo integra como picador de tabacos y también como director suplente de la Sociedad Anónima. Esta asociación también confirma el parentesco de hermandad entre María Dirube (esposa de Posse) y el hijo del fundador de La Capital.



Ya como único dueño de la cigarrería, Martínez registró algunas pocas marcas de cigarrillos a su nombre además de las ya mencionadas: BELGRANO el 01 de mayo de 1902 con el acta de inscripción Nº 10548, CRUZ DE ORO el 20 de diciembre de 1902 (acta Nº 11308) y la renovación de REINA VICTORIA en 1908.

De todas las marcas de cigarrillos creadas por La Capital la más emblemática, reconocida y perdurable en el tiempo fue sin duda REINA VICTORIA. El nombre de la marca evoca a Victoria I, quien fue la reina de Gran Bretaña e Irlanda entre 1837 y 1901. Su reinado de casi 64 años es el segundo más largo de la historia de Gran Bretaña (luego de Isabel II) y estuvo marcado por la gran expansión del Imperio Británico. La Era Victoriana –como se denominó a su reinado- se caracterizó por coincidir con la Revolución Industrial, un período de cambios significativos a nivel social, económico y tecnológico que acabaron consolidando al Reino Unido como la primera potencia de su época.[451]

Estos cigarrillos de puro tabaco habano venían en paquetes de 30 centavos y estaban destinados a las clases sociales de mayor poder adquisitivo. La marca surgió a fines del siglo XIX (fue registrada en marzo de 1899) y siguió produciéndose cuando la razón social pasó a Dirube, Martínez y Cía. y poco tiempo después a Enrique Martínez y Cía. El considerable éxito de ventas que tuvieron estos cigarrillos fue una de las razones que impulsaron a la Compañía Argentina de Tabacos Ltda. a adquirir la fábrica La Capital en 1911. De las marcas de La Capital, la C. A. T. solo continuó produciendo los REINA VICTORIA, renovando su registro en 1918. En 1919 Piccardo se hizo cargo de todas las marcas de la compañía inglesa y continuó produciendo los REINA VICTORIA con sucesivas renovaciones en el Registro de Marcas al menos hasta 1941. Según nuestros registros estos casi centenarios cigarrillos se comercializaron hasta 1970, elaborados con tabaco rubio, sin filtro, y en atados de 20 unidades de 70 mm.





Al menos desde el año 1908, cuando se renovaron los derechos sobre la marca, los nuevos talleres de La Capital ya estaban en la calle Bartolomé Mitre 1375. Mientras la empresa perteneció a la C. A. T conservó la etiqueta esencialmente sin modificaciones, pero la dirección de la fábrica correspondía a Humberto 1º 2051, donde originalmente había funcionado la manufactura La Sin Bombo. Piccardo también conservó el mismo diseño en la variante XXX, pero se advierte la dirección de la calle San Juan 350. También introdujo las presentaciones suaves, rubios y selectos desde mediados de los años 30.

La publicidad y los concursos de REINA VICTORIA



Por ser una marca de 30 centavos, las publicidades de los cigarrillos REINA VICTORIA siempre estuvieron dirigidas a los fumadores de mayor poder adquisitivo. Desde que fueron ideados por Bernardo Dirube hasta el momento en que estuvieron en manos de Piccardo, los REINA VICTORIA fueron los cigarrillos de la gente culta y refinada. En la época de la C. A. T. se los promocionaba como los cigarrillos más finos y fragantes, elaborados con tabacos superfinos de las mejores vegas de La Habana, empleando el más puro papel de arroz y fabricados en condiciones de escrupulosa limpieza, bajo la vigilancia más severa. Las publicidades explican que en La Habana misma hay diferentes clases de tabaco, siendo los de Vuelta Abajo los de más fragancia y delicadeza, seguidos por los de Remedios y luego por los de Partidos. Para los REINA VICTORIA solo se utilizaban los de Vuelta Abajo de calidad superior, con una maduración de uno o dos años, además de emplear un procedimiento especialmente desarrollado para ligar las hebras de tabaco de los cigarrillos de modo que queden compactos y perfectamente armados. Los cigarrillos del atado venían envueltos en papel de estaño para conservar la frescura y la fragancia del tabaco.

En cuanto a la higiene se especificaba[452] que:

Si en la elaboración de los cigarrillos REINA VICTORIA hay un punto que se destaca sobre los demás, es la perfecta limpieza que caracteriza todos los detalles de la misma. El tabaco mismo, cada hoja, es cuidadosamente lavado antes de ser picado. Una vez picado y ligado el tabaco, es puesto en grandes cilindros rotativos, en los que, por medio de poderosos extractores de aire se limpia completamente de polvo. La pegadura del cigarrillo está hecha con harina pura de arroz y agua esterilizada. La maquinaria está siempre pulida y brillante como plata. Las mesas de empaque se limpian diariamente a fuerza de cepillo, jabón y agua. Los pisos se limpian también diariamente por medio de poderosas corrientes de agua. Todo detalle está estudiado para hacer de los cigarrillos REINA VICTORIA no solamente los mejores, sino también los más limpios e higiénicos que se pueden elaborar.



Una de las estrategias publicitarias para promocionar la marca fue la de utilizar las imágenes de figuras internacionalmente reconocidas. Además de la Reina Victoria I y de su hijo el Príncipe de Gales, que aparecieron en los primeros avisos, encontramos por ejemplo una foto[453] de Enrico Caruso firmada y dedicada "al cigarrillo (sic) Reina Victoria" con un epígrafe manuscrito en el que dice "el cigarrillo REINA VICTORIA no irrita la garganta. Buenos Aires 1917". Caruso fue un tenor napolitano (1873-1921) probablemente el más famoso en la historia de la ópera, y para muchos el mejor. Gracias a su voz extraordinaria, aclamada por su potencia, belleza, riqueza de tono y técnica superlativa, Caruso se convirtió a principios del siglo XX en el cantante más popular en cualquier género. Fue el primer vocalista de la historia en realizar grabaciones sonoras de canciones y también el primero en vender un millón de discos en 1902. Estuvo en la Argentina varias veces en las que cantó en el teatro de la Ópera (1899, 1900, 1901, 1903) y en el teatro Colón (1915, 1917). Si aún existiera la fotografía original de la publicidad, realizada especialmente para la marca de cigarrillos REINA VICTORIA, con firma y dedicatoria de Caruso, tendría un valor estimado de algunos miles de dólares, según material similar que puede hallarse en el sitio de subastas www.ebay.com.

Las propagandas de los REINA VICTORIA tuvieron varios latiguillos que se repetían es sus avisos: "ninguna cantidad de dinero puede asegurar cigarrillos más finos", "ni en Cuba misma podría encontrar cigarrillos tan delicadamente aromáticos y exquisitos", o "de cada cuatro fumadores de cigarrillos de 30 centavos, tres fuman REINA VICTORIA".

Pero sin lugar a dudas el eslogan que más logró identificar a la marca con la fineza y la elegancia fue: “la gente Chic fuma cigarrillos REINA VICTORIA”. Esta frase comenzó a utilizarse en casi todas las propagandas de la marca, con ilustraciones en las que aparecían hermosas damas y distinguidos caballeros degustando los cigarrillos para la gente chic. Las publicidades[454] que presentamos son de entre 1918 y 1921 y en ellas ya se refleja la nueva moda de los años 20. Las mujeres usaban el pelo corto, los vestidos mostraban las pantorrillas, los brazos y la espalda. En los hombres el rasgo más distintivo era la ausencia del bigote. Notar que aunque en 1919 Piccardo adquirió la C. A. T., evidenciado en las publicidades por la desaparición del logo con las iniciales de la empresa, no hubo variaciones en la forma de vender la marca. Los REINA VICTORIA siguieron siendo para la gente chic y con suficiente dinero como para tener un auto, vestirse de manera elegante, tocar el piano, practicar equitación o jugar al tenis.

Hay avisos firmados con nombres de artistas poco conocidos como N. Fraga, Núñez (el que dibuja hombres, mujeres y hasta perros con piernas larguísimas) o las iniciales A. B.; aunque también hay trabajos del destacadísimo ilustrador asturiano Alejandro Sirio (los últimos cuatro de la fila de abajo). Su nombre real era Nicanor Álvarez Díaz[455] (1890-1953), pero cuando en 1910 llegó a Buenos Aires comenzó a utilizar el seudónimo con el que fue reconocido. Sus dibujos se publicaron en revistas como *Caras y Caretas*, *El Hogar* y *Plus Ultra* y los diarios *La Nación* y *La Prensa*. Ilustró varios libros incluyendo *de Palermo a Montparnasse*, con prosa propia y 3000 dibujos. En 1938 hizo los cartones para los murales que aún hoy embellecen los andenes de la estación Jujuy de la Línea E de Subtes.
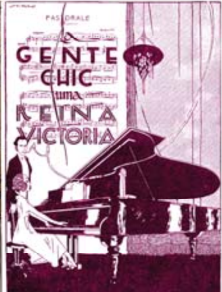






























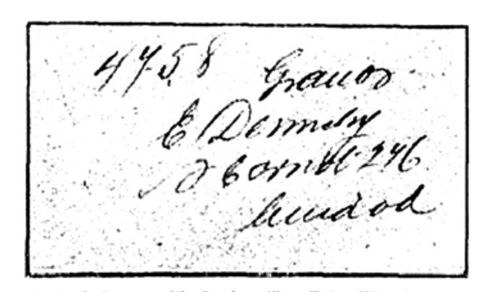
A principios de 1912 la revista *Caras y Caretas* organizó su concurso número 21 junto a la Compañía Argentina de Tabacos, quien ya era dueña de la marca REINA VICTORIA. Este certamen fue probablemente uno de los que contó con mayor número de participantes en su época, contabilizándose una cantidad récord de 1.043.220 cupones, un poco menos que el número de personas residentes en la Capital Federal, que recién en 1906 había superado el millón de habitantes.

Las bases del concurso fueron simples;[456] se había llenado con granos de maíz y lacrado ante escribano público un cartón de los cigarrillos REINA VICTORIA (en aquel momento cada cartón traía 20 atados de cigarrillos y, como su nombre lo indica, eran de papel duro o cartulina). Los participantes tenían tiempo hasta el 21 de mayo de 1912 para enviar, en el cupón que podía recortarse de la revista o en el dorso de una marquilla, los datos personales y la cantidad estimada de granos de maíz.

Los premios fueron muy importantes. El primero era un suntuoso chalet a construirse en la Villa de Hurlingham en un lote de 17.3 varas de frente por 57.7 de fondo (en aquel momento los lotes solían medirse en varas con la equivalencia 1 vara = 0.835 metros), a dos cuadras de la estación del ferrocarril. El valor original se había estimado en $25.000, que luego subieron a $35.000 debido a lo fastuoso de la construcción. El diseño estuvo a cargo del arquitecto ítalo-suizo Domingo Donati quien concibió numerosas obras en la ciudad de Buenos Aires. La ejecución correspondió a los ingenieros Bonneu Ibero, Parodi y Figini, muy reconocidos por haber trabajado en la construcción de varios edificios públicos.

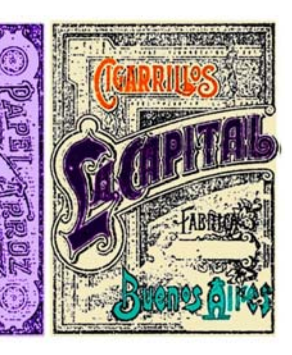
El resto de los premios eran mayormente joyas y alhajas de la Casa Escasany,[457] con un valor total de $10.000. Como ejemplo podemos mencionar que el segundo premio era un collar de brillantes, diamantes y platino valuado en $1700, el tercero un reloj de oro de 18 quilates marca Nardin de $650, y así continuaba una lista de 125 premios que incluían pulseras, anillos, prendedores, aros, alfileres, gemelos, bastones, etc.

La participación en el concurso adquirió tal magnitud que los organizadores debieron contratar a veinte personas exclusivamente para abrir los sobres y a otras treinta para clasificar los cupones, y aun así fue necesario postergar la apertura de la caja hasta el 3 de junio. El mismo correo tuvo grandes dificultades para clasificar y repartir la enorme cantidad de cartas que llegaron del interior del país. Para abrir la caja se realizó un acto en el Palace Theater de la calle Corrientes 957 a las 9 a.m. ante una numerosa cantidad de público. Luego de dos horas de la apertura se finalizó con el recuento de 4758 granos de maíz. Este número fue acertado por más participantes que la cantidad de premios disponibles, por lo que debió realizarse un sorteo. El Sr. E. Dennehy, domiciliado en Sadi Carnot 276 (hoy Mario Bravo), tuvo la fortuna de fumar un paquete de REINA VICTORIA y completar en su dorso el cupón que resultó ser el ganador del chalet.



Parte de la marquilla de cigarrillos «Reina Victoria», con la indicación del número exacto de granos que se encontraron en la caja, y que obtuvo el primer premio.





Unos años antes del concurso de los granos de maíz, la compañía de ahorros por bonos de acumulación La Argentina acordó realizar un concurso literario conjuntamente con los cigarrillos LA CAPITAL.[458] La fecha de apertura fue en agosto de 1905, solo un mes antes que La Sin Bombo de Juan Canter organizara su certamen de cuentos infantiles. El lema para participar era "El Ahorro" debiéndose derivar del contenido del cuento la necesidad de ahorrar para afrontar los problemas de la vida. El cuento debía constar de diez capítulos y cada capítulo tener como máximo 500 palabras para no superar las cuatro páginas que se podían intercalar dentro del paquete de cigarrillos. En las bases se explicaba que era obligatorio mencionar el nombre de la compañía de ahorros La Argentina como "aquella que procura la economía de quienes no ganan grandes sumas de dinero y están expuestos a los peligros de la miseria". En el punto cuarto de las bases se pedía destacar también a la marca de cigarrillos que apoya el concurso, desaprobando a aquellos fumadores encariñados más con la etiqueta y la oferta de un premio, que con la calidad del tabaco ofrecido. La fecha de cierre del concurso fue el 15 de septiembre de 1905. Se ofrecían tres primeros premios de $250, $100 y $50, y hasta 50 premios de $15 a todos los cuentos que resultaran publicados.

El jurado estuvo compuesto por Cupertino del Campo (médico, escritor y pintor porteño, dirigió el Museo Nacional de Bellas Artes entre 1911 y 1931), Eduardo Fidanza (intendente de Tandil y uno de los fundadores de la Asociación Médica Argentina), Eduardo A. Holmberg (reconocido ilustrador y director de la revista *P. B. T.* hasta 1918), Nemesio Trejo (periodista y escritor de obras de teatro populares) y Jorge Navarro Viola (director del *Anuario de la Prensa Argentina*).

En diciembre de 1905 se publicaron los resultados del concurso, declarándose desierto el primer puesto. El segundo y tercer premio fueron entregados a Carlos Lenguas y Alfredo Darzi, autores de las obras "El Ahorro" y "Hacia el Porvenir" y se premiaron otros 25 cuentos que serían publicados en forma de folleto e incluidos dentro de los atados de cigarrillos. Se daba cuenta además que por 50 marquillas usadas de LA CAPITAL se haría entrega de un bono de ahorro de la compañía La Argentina. El diseño de la marquilla que mostramos (artificialmente coloreada) fue registrado por la compañía de ahorros en diciembre de 1904.

Similarmente a lo que sucedía con los cigarrillos de otras empresas, las marcas de La Capital también fueron objeto de adulteración. La falsificación de marcas de cigarrillos con el objetivo de evadir los impuestos internos surgió en forma casi simultánea con la ley 3247 de 1895. Debido a la presión impositiva, hacia 1900 la actividad estaba en crisis, y se habían despedido muchos operarios. Este personal, necesitado de subsistir, sacaba al mercado malas imitaciones con pésimo tabaco que, evadiendo los impuestos internos, se vendían a precios de imposible competencia.[459] La marquilla falsificada de los cigarrillos REINA VICTORIA tiene la particularidad de no ser una copia exacta del original, sino que se introdujeron pequeños cambios para hacerla distinta. Notar la leyenda "muestra gratis" en los laterales de la etiqueta, aunque en la base está el precio de venta de 30 centavos. En la parte posterior dice jabón en lugar de cigarrillos, en el frente el apellido del fabricante es Martín en lugar de Martínez y al número de la calle San Juan se le agregó un número uno al comienzo. Así fueron los comienzos de una práctica que ha sido imposible de desterrar hasta nuestros días.



Manufactura La Fortuna de José M. Busto y Cía.



La manufactura de tabacos a vapor y depósito de tabacos en hoja La Fortuna fue fundada por José María Busto entre 1875 y 1876.[460] Según los datos del censo[461] de 1895 Busto había nacido en España hacía 41 años. Estaba casado con Trinidad Echagüe (oriunda de la provincia de Santa Fe) y tenía cuatro hijos. Declaraba como ocupación comerciante y no era propietario, aunque debía tener un relativo buen pasar porque en el mismo domicilio vivía una empleada doméstica. No disponemos de más datos sobre este industrial, salvo que era originario de la provincia de Pontevedra en Galicia,[462] corroborado por la periódica aparición de publicidades de su firma en el *Almanaque Gallego*. Incluso el retrato que aparece en algunas de sus marcas de tabaco no es el suyo, como podría suponerse, sino del emperador Guillermo II de Alemania. La denominación de la fábrica La Fortuna deriva de la diosa romana del mismo nombre. Solía personificarse como una mujer alada, con una cornucopia (cuerno de la abundancia) en una de sus manos y una rueda alada debajo de uno de sus pies. Era considerada la diosa más esquiva y caprichosa del Olimpo.



El primer registro del establecimiento que hallamos en guías comerciales[463] es del año 1885 y allí figura con domicilio en Lavalle 508. Esta locación se repite por lo menos hasta 1887 y a partir de 1894 la fábrica estaba instalada en la calle Libertad 673, como puede observarse en la marquilla que presentamos. Las primeras solicitudes de registros de José M. Busto que aparecen en el Boletín Oficial datan de 1896 y son para las marcas LA PATRIÓTICA ESPAÑOLA y LA FORTUNA. Según un aviso[464] del año 1899 La Fortuna era un establecimiento que contaba con moderna maquinaria para elaborar tabacos, cigarros y cigarrillos de insuperable calidad, a precios sin competencia. En esa publicidad se mencionan los cigarrillos negros TIRADENTES y los GLORIA ARGENTINA de 10 centavos, elaborados con tabaco colorado especial. El primer registro que hallamos de esta marca es recién del 28 de febrero de 1906, por lo que probablemente se trate de una renovación de la solicitud presentada 10 años antes. Busto también tenía a la venta tabacos picados y en hebras, de marcas LA FORTUNA y SABAUDO, reconocidos por su esmerada elaboración y elegantes envases. Comercializaban además un amplio surtido de papel de fumar, boquillas, pitos, fósforos y demás artículos del ramo.

Para fines del año 1900 la fábrica se había mudado nuevamente, ahora a la calle Piedad 1455-59 (B. Mitre desde 1901), en donde funcionó previamente la manufactura de B. Dirube y Cía. En 1903, por el cambio de nombre de la calle, la nueva dirección de la firma ya era Bartolomé Mitre 1455-59 y se publicitaban los cigarrillos habanos FORTUNA de 20 centavos y LANCEROS de 10 centavos. Esta última marca (que originalmente se denominaba LANCERO ARGENTINO) había sido adquirida en mayo de 1900 a la antigua Cigarrería del Toro, fundada en 1843 por Miguel Gómez y Cía. Busto presentó la solicitud a la Oficina de Patentes y Marcas el 13 de abril de 1901 y le correspondió el acta Nº 9671. La marca fue renovada y también reformada en 1911 (seguramente por las falsificaciones) y se vendía en carteritas de 16 cigarrillos, en lugar de los 14 que habitualmente se ofrecían.



En el año 1903 aparecen los cigarrillos CARAS Y CARETAS, una de las marcas más reconocidas de la manufactura La Fortuna. Fueron registrados el 04 de noviembre de 1903 (acta Nº 12915). Poco tiempo después Busto presentó la solicitud para registrar la marca CARAS y la marca CARETAS, probablemente para evitar imitaciones. Este cigarrillo, en formato de carterita, se vendió inicialmente en paquetes de 20 y 30 centavos, pero alrededor de 1905 su precio de venta había bajado a 10 y 15 centavos, como puede observarse en la imagen de la marquilla de 20 centavos que fue sobreimpresa con el nuevo precio.

Como muchas de las marcas de la época, la etiqueta de CARAS Y CARETAS traía fotograbados de rostros femeninos. En 1906 la venta de los CARAS Y CARETAS de 10 centavos alcanzaba los dos millones de paquetes mensuales. En 1909 la fábrica tuvo otra mudanza, ahora a la calle Santiago del Estero 1963 al 1975, en donde funcionaron previamente los talleres de la fábrica La Vencedora de Pedro S. Somay y luego de Fermín Subízar. Ese año las ventas mensuales de la fábrica alcanzaron los tres millones de atados. En las publicidades de la marca hasta 1905 aparecía la leyenda "fábrica a vapor" que, a partir de ese mismo año, con el uso de motores eléctricos para mover las máquinas elaboradoras, se transformó en "fábrica a vapor y electricidad". La marca CARAS y CARETAS fue lanzada al mercado solo un año después de la aparición de la revista. Desconocemos si existió algún acuerdo comercial para el uso del nombre, aunque es muy probable que así haya ocurrido, pues la tipografía utilizada en la etiqueta es idéntica a la empleada en el nombre de los primeros números de la revista.

Portada del Nº 1 de Caras y Caretas en donde se puede observar que la tipografía utilizada en la marquilla de cigarrillos coincide con la de la revista.



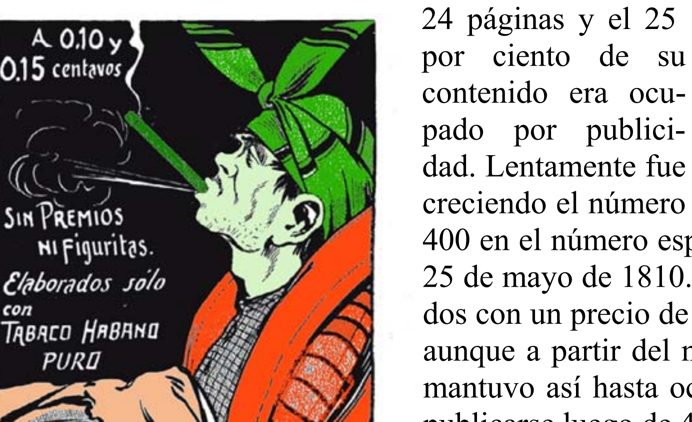
Caras y Caretas[465] fue un semanario ilustrado, inspirado en los de estilo europeo, en donde el comentario de actualidad, la sátira política y la información científica y social, alternaban con colaboraciones literarias. Ideado por Eustaquio Pellicer en la ciudad uruguaya de Montevideo y refundado en Buenos Aires junto a José Sixto Álvarez (conocido por su seudónimo Fray Mocho) y Manuel Mayol, el primer número apareció el 19 de agosto de 1898.

En la portada de ese número figuraba como director Bartolomé Mitre y Vedia (hijo del general Bartolomé Mitre), aunque la dirección real estuvo en manos de Fray Mocho hasta su muerte en 1903, sucedido luego por Carlos Correa Luna.

Caras y Caretas se autodefinió como un "semanario festivo, literario, artístico y de actualidad". Su contenido, donde abundaban noticias nacionales e internacionales sobre política, economía, arte, ciencias y cultura, la convirtieron rápidamente en una revista muy popular y variada. Desde que apareció el primer número, *Caras y Caretas* se destacó por su llamativo diseño, donde abundaban dibujos de gran calidad, punzantes caricaturas y publicidades ingeniosas. Por sus páginas desfilaron los caricaturistas y escritores más renombrados del momento, que hicieron historia en el periodismo gráfico argentino. Los primeros números constaban de 24 páginas y el 25 por ciento de su contenido era ocupado por publicidad. Lentamente fue creciendo el número de sus páginas, llegando a un máximo de 400 en el número especial de la celebración del centenario del 25 de mayo de 1810. *Caras y Caretas* aparecía todos los sábados con un precio de tapa que comenzó siendo de 25 centavos, aunque a partir del número 13 bajó a 20, e increíblemente se mantuvo así hasta octubre de 1939, momento en que dejó de publicarse luego de 41 años y 2139 números editados.

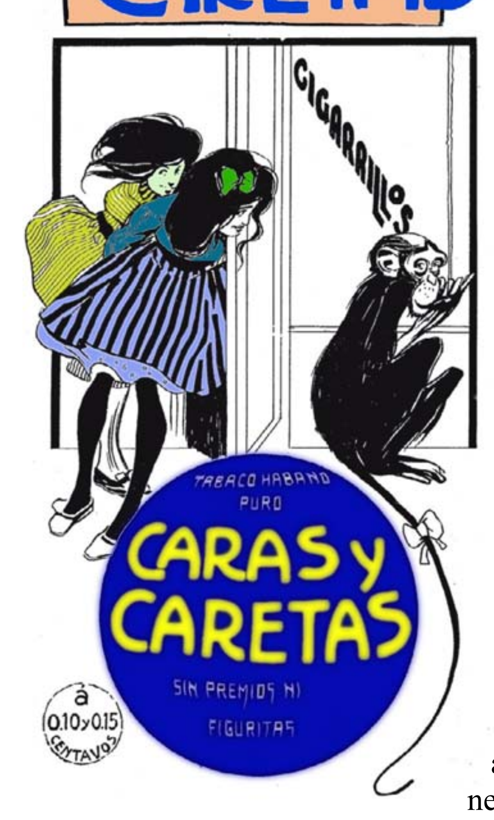



Reproducción de la solicitud presentada al registro de marcas de fábrica para los cigarrillos CARAS Y CARETAS de 30 centavos, con fecha 14 de octubre de 1907.

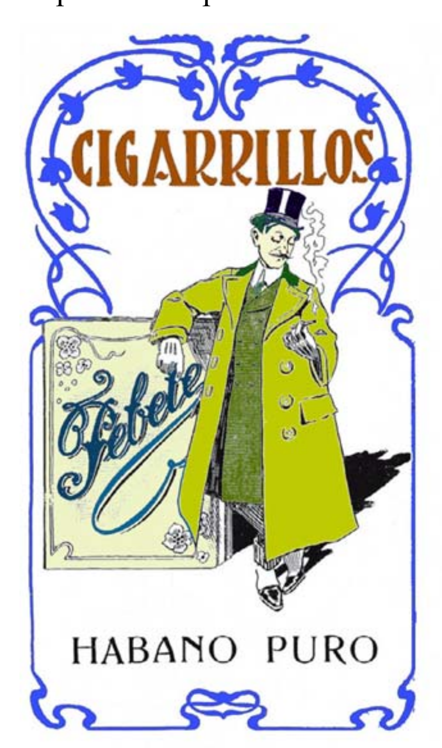


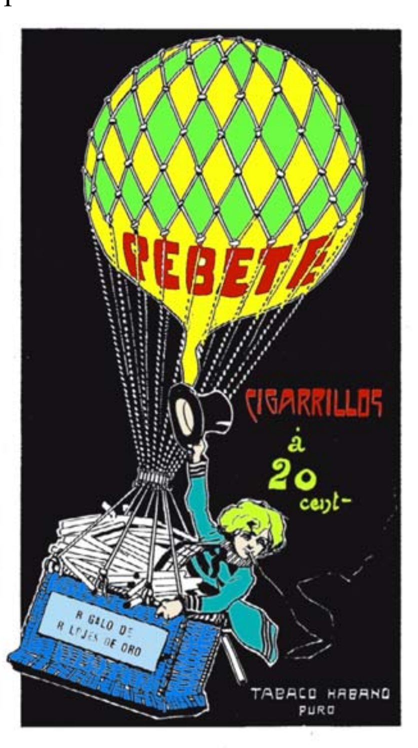
La revista constaba de dos portadas. Una externa impresa a color (al igual que la contratapa que generalmente traía avisos publicitarios) y otra interna en blanco y negro. Estas portadas estaban separadas por páginas que contenían noticias de índole internacional y cultural, además de la publicidad que generalmente iba insertada en las primeras y en las últimas páginas. Durante toda la vida de la revista contabilizamos un total de 3861 publicidades de cigarrillos correspondientes a 75 fábricas distintas. Estas cifras dan una idea del excelente recurso que ha sido este semanario para el estudio detallado de la industria tabacalera argentina de comienzos del siglo XX.

Las ilustraciones de muchas de sus primeras portadas son creaciones de José María Cao o Manuel Mayol, aunque algunas veces aparecen trabajos firmados por otros dibujantes como el uruguayo Aurelio Giménez, los españoles Cándido Villalobos y Francisco Redondo y el italiano Mario Zavataro. En 1912 Cao y otros colaboradores dejan la revista para trabajar en *Fray Mocho*, y se incorpora una nueva generación de dibujantes como Ramón Columba, Juan Carlos Alonso, el peruano Julio Málaga Grenet, Juan Carlos Huergo, Nicanor Álvarez Díaz, el boliviano Víctor Valdivia, el español Federico Ribas (conocido como Mirko), el catalán Luis Macaya y Ramón Caballé. Entre los colaboradores artísticos aparecen frecuentemente Villalobos, Steiger, Foradori, Castro Rivera, Vaccari, Navarrete, Fortuny, Eusevi, Sartiry, Bosco, Holmberg, Acquarone y Sábat. Muchos de estos apellidos aparecen en forma frecuente firmando las ilustraciones de las publicidades de las distintas marcas de cigarrillos.



La manufactura La Fortuna también fabricó los cigarrillos de marca PEBETE[466] o P.B.T. a partir de 1906. José M. Busto registró las dos denominaciones en febrero de 1906 y finalmente anotó PEBETE el 31 de mayo de ese mismo año (acta Nº 17907). Inicialmente se vendían en atados de 20 centavos (fabricados con habano puro) pero a partir de 1910 se transformaron en una marca popular de 10 centavos. Al igual que CARAS Y CARETAS esta marca estaba relacionada con la revista *P.B.T.* otra de las publicaciones argentinas dedicada al humor gráfico de corte político.
La revista semanal *P.B.T.*[467] fue fundada por el periodista, humorista y poeta español Eustaquio Pellicer, quien también había fundado *Caras y Caretas* en 1898. En 1904, cansado del carácter monótono de *Caras y Caretas*, Pellicer decide sacar a luz la revista con la que soñaba. Esta nueva publicación se llamó *P.B.T.*, vocablo popular de uso en España en ese tiempo para referirse a los niños, acorde a la imagen juvenil, inquieta y traviesa que Pellicer pretendía de ella. El término “pebete” se popularizó en Argentina como “pibe”, su forma derivada, gracias a la revista de Pellicer.
El primer número apareció el 24 de septiembre de 1904. Su lema era “para chicos de 6 a 80 años”. El precio del ejemplar era de 20 centavos en Capital y 25 centavos en el interior, y se mantuvo invariante durante todos los números que componen la primera etapa de *P.B.T.* El tiraje promedio de 45.000 ejemplares demuestra que fue muy bien recibida por el público.
La impresión estuvo a cargo de la Compañía Sudamericana de Billetes de Banco, que imprimía los billetes circulantes en la Argentina, además de marquillas para varias firmas.
La revista se dedicó principalmente a la sátira política y a cuestiones de interés general. Dentro de sus dibujantes había nombres muy reconocidos como los de Mayol, Cao, Zavattaro, Sanuy, Navarrette, Soto y Fortuny, varios de los cuales también diseñaron avisos para las tabacaleras. Pellicer se retiró en 1910, manteniendo contacto fluido con su publicación. El número 693, del 6 de marzo de 1918, fue el último de la primera era de la *P.B.T.* La revista resurgió durante la segunda presidencia de Perón, editándose entre 1950 y 1955 con un carácter marcadamente oficialista, muy diferente al espíritu de la publicación ideada por Pellicer.







Antes: 0.20
Ahora: 0.10

La Fortuna registró varias marcas más de cigarrillos, cigarros y tabaco picado desde el año 1903, algunas de ellas son: GUACHITO, FIRULETE; PERLAS DE CUBA (cigarros); BERSAGLIERI, SABAUDO, BOLILLA, RÍO NOVO y WAYLER (tabaco). Si bien algunas de las marcas de cigarrillos producidas por La Fortuna tuvieron una razonable aceptación, su fortaleza radicaba en una amplísima oferta de distintos tipos de tabaco manufacturado. La fábrica ofrecía tabacos Virginia hebra gruesa y fina, peluquilla corte inglés, francés aromático, alemán hebra fina en tres variantes, colorado picadura, negro en hebras, picadura y cuerda, Bahía hebra y picadura, Sabaudo hebra

gruesa y fina, etc., todos ellos en paquetes de 100 y 500 gramos, y los de más calidad en latas que aseguraban una mejor preservación del sabor y el aroma.

Además de las marcas ya mencionadas registramos un par de marquillas más elaboradas por la fábrica La Fortuna de José M. Busto. Una de ellas es la marca GUANACO, que se ofrecía en carteritas de 10 centavos, dirigidas a las clases populares. La imagen que reproducimos corresponde a una prueba de imprenta de la gráfica Günche, Wiebeck y Turtl. Según la nota que figura al pie de la ilustración original, se trata del fotolito utilizado para realizar el proceso de impresión por offset. Un fotolito es una película o una hoja transparente que contiene la tipografía o las imágenes que van a ser impresas posteriormente sobre el papel. El fotolito se superpone sobre la plancha de impresión (generalmente una placa metálica que ha sido cubierta con un material fotosensible) y ambas se introducen en una iluminadora que transfiere el diseño a la plancha de impresión. Para cada color se utiliza un fotolito y una plancha distintos que luego se entintarán para transferir la imagen al papel.

La otra marquilla corresponde a ESCUELA DE TIRO. Estos cigarrillos se vendían en carteritas de 20 centavos y se referían a la escuela de aprendizaje y práctica de tiro al blanco La Argentina, de Arturo Serra y Cía., ubicada en la calle Cuyo 1186 (Sarmiento desde 1911). Tanto en esta marquilla como en la de GUANACO la dirección de la fábrica está en la calle Piedad 1459 por lo que ambas son previas a 1901, año en que la denominación pasó a ser Bartolomé Mitre. Notar que al igual que las marcas CARAS Y CARETAS y P.B.T., ESCUELA DE TIRO también estaba asociada a una empresa de otro rubro que se publicitaba a través de los cigarrillos. En este caso particular en el interior de la misma etiqueta se informa que "*a los consumidores de estos cigarrillos se les destinará el 50% de premio para el ejercicio de tiro al blanco, como obsequio al nombre de nuestra casa*".







La Fortuna también fue adquirida por la Compañía Argentina de Tabacos en el año 1911, cuando se incorporó la primera tanda de 12 manufacturas al conglomerado tabacalero. Coincidentemente, la última publicidad que registramos aparece en el *Almanaque Gallego* de ese año, editado a fines de 1910. En 1918 la C. A. T. continuaba produciendo las marcas de cigarrillos[379] CARAS Y CARETAS de 10 y 15 centavos, PEBETE, LANCEROS y NEGRO RÍO NOVO de 10 centavos, junto con más de 30 presentaciones de tabacos de diverso tipo. Luego de que Piccardo se hiciera cargo de las marcas del trust inglés, continuó renovando los derechos sobre las marcas LA FORTUNA, SABAUDO, BOLILLA, WAYLER y PERLAS DE CUBA.

Cigarrería Francesa de la Familia Brisson

COMO TODOS LOS PRODUCTOS DE PRIMER ORDEN
LOS CIGARRILLOS HABANOS
JOCKEY - CLUB
TIENEN SUS DETRACTORES

PARA CONTESTAR á la calumnia que empleo el opio para aromatizar los tabacos empleados en la fabricacion de mis cigarrillos **JOCKEY-CLUB** tengo dos documentos á la disposicion de mis favorecedores.

UNO *firmado por el* Sr. Dr. D. P. N. Arata, *jefe de la Oficina Química de Buenos Aires.*

OTRO *por el* Sr. Dr. D. Pedro J. Pando, *jefe de la Oficina Química de la provincia de Buenos Aires; ambos declaran, que se ha praticado el analisis de mis cigarrillos* **JOCKEY-CLUB** *y certifican que son hechos con tabaco* de primera calidad, sin ninguna mezcla.

No creo poder dar á mis clientes satisfaccion más autorizada que estas declaraciones firmadas por dos ilustraciones del pais.

HENRI BRISSON.

BUENOS AIRES – CHACABUCO 160

Fumadores !!!

Prueben y comparen con cualquier otra marca

Por 1866 Juan Brisson establece la Cigarrería Francesa, una de las más antiguas del país. Brisson, de origen francés, había nacido en 1825 o 1826 según los datos censales de los años 1869 y 1895. Estaba casado con la también francesa Susana Beltrán y tuvieron al menos tres hijos: Enrique (Henri o Henry), nacido en 1853/54, Luisa (Louise) en 1861 y José (Joseph) en 1869. El censo de 1869 indica que los dos primeros hermanos habían nacido en Francia, pero el de 1895 los da como nacidos en Brasil y a José en Francia, aunque sus padres ya estaban radicados en la Argentina al menos desde el año 1866.[468] Los talleres de la manufactura de Juan Brisson estaban en el propio domicilio de la familia en la calle Chacabuco 98 (de la antigua numeración), casi en la esquina con Alsina. En las distintas guías comerciales de la época también figuran como direcciones de la firma Piedad esquina Florida (1869), Cuyo 2 (1870) y Paseo de Julio 160 (1879). De allí en más siempre aparece la dirección de la calle Chacabuco, con numeración 180 luego de 1887 y talleres en Venezuela 2349, en el barrio porteño de Balvanera, y Belgrano 2422. Juan Brisson tuvo un pariente muy cercano[469] con el mismo apellido llamado Pedro, 17 años menor que él, que también se dedicó en algún momento al negocio del tabaco, establecido en Florida 344, tal cual puede verificarse[470] en el *Anuario de Comercio* de 1879. Sin embargo, salvo esta única excepción, en todas las guías comerciales hasta 1894 solo aparece la fábrica de Juan Brisson. Finalizando el siglo XIX el pionero francés tenía casi 70 años (él y su esposa aún aparecen vivos en el censo de 1895) y seguramente ya había delegado el manejo de la cigarrería a sus hijos. A partir de 1890 la Cigarrería Francesa aparece a nombre de Henry Brisson (de 41 años) y desde 1900 ya figura como Brisson Frères de los hermanos Henry y Joseph Brisson. La última publicidad de la empresa en *Caras y Caretas* es del 24 de diciembre de 1904 y ya desde mediados de 1905 el local de Chacabuco 180 era utilizado por Auger y Cía. y el de la calle Venezuela por Donato Didiego y Cía., por lo que inferimos que la familia Brisson dejó el negocio del tabaco en los primeros años del nuevo siglo. Solo un año después, (mayo de 1906) los talleres de la calle Chacabuco son ocupados por Yza y Cía. quienes allí produjeron distintas marcas de cigarrillos por lo menos hasta 1908.

Las primeras publicidades[471] de la Cigarrería Francesa que hallamos son del año 1877. En ellas se destaca: "*Ojo Fumadores. Cigarrería Francesa, de J. Brisson (en el aviso dice Bruson). Calle Chacabuco 98. Recomendamos a nuestros favorecedores el rico surtido de cigarrillos especiales tabaco habano, como los cigarrillos franceses. Hemos recibido un rico surtido de ricas boquillas de espuma y de ámbar. Para la campaña: recibimos pedidos para cualquier cantidad, asegurando a los que nos hagan pedidos, prontitud y esmero.*"



Por 1890 se publicitan[472] los cigarrillos habanos JOCKEY CLUB, una de las marcas más emblemáticas de la historia argentina, y la más antigua (de las conocidas) que produjeron los hermanos Brisson. De esa misma época son los cigarrillos FRANCESES, que se vendían a un precio de 5 centavos el atado de 15 cigarrillos suaves. Esta marquilla probablemente sea previa al año 1896, a pesar de tener el precio impreso en la etiqueta, pues no cumple con las reglas

establecidas por la ley de Impuesto Internos. Notar que la denominación de la fábrica era H(enry) Brisson lo que indica que no es muy anterior a 1895. Esta marca, que había sido registrada pero no hallamos el acta correspondiente, también era objeto de copias e imitaciones y en la etiqueta se incluyó una advertencia para tratar de disuadir a los falsificadores.



En el registro de marcas aparecen unas pocas denominaciones comerciales de la Cigarrería Francesa, todas presentadas por Brisson Fréres. En 1900 encontramos[473] la marca KIKIRIKI de 30 centavos, en 1902 ACTUALES de 20 centavos (mostramos un fragmento de la marquilla que apareció en el Boletín Oficial, digitalmente coloreado) y en 1903 ATORRANTES, también de 20 centavos.

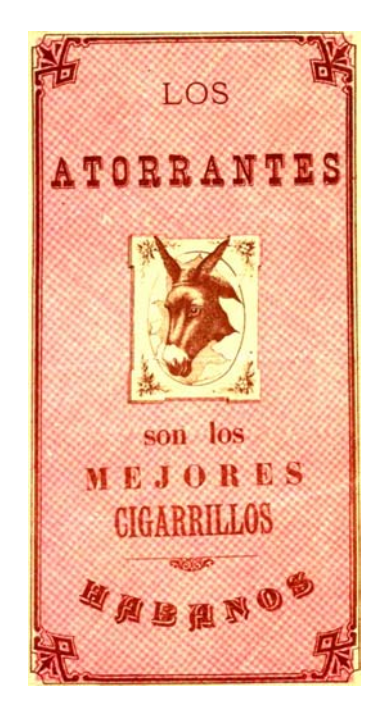
La Cigarrería Francesa impuso algunas innovaciones en la industria tabacalera, obteniendo por ejemplo en febrero de 1878 la patente N° 196 por un lapso de 5 años por su "Preparación del tabaco aromatizado con hojas de eucaliptos".

Sin dudas la marca más acreditada de la Cigarrería Francesa fue la de los cigarrillos ATORRANTES, que se comercializaban en carteritas de 20 centavos, y su etiqueta se caracterizaba por la cabeza de burro que aparecía en su frente y que también era utilizada en los afiches de publicidad. En la cara posterior se aprecia una escultura con tres mujeres (probablemente alegóricas a la Libertad, la Igualdad y la Fraternidad), las letras B y F (Brisson Frères) superpuestas formando el logo de la empresa y la leyenda "casa fundada en 1866".



La palabra *atorrantes* tiene etimología dudosa.[474] Se sabe que a mediados de la década de 1880 en las zonas ribereñas de la ciudad de Buenos Aires se ubicaron grandes caños de desagües pluviales por el entubado de los arroyos de Granados, Matorras, Manso, etc. En tales caños pernoctaban para "atorrar" (dormir) los vagabundos y por eso se les decía atorrantes. Se ha difundido la versión, probablemente falsa,[475] según la cual en tales caños figuraba la inscripción "A. Torrant" y que de ahí deriva la palabra. Se considera más probable que la palabra provenga de "atorrar" y esta de "torare", verbo napolitano de uso generalizado entre la gente baja de las poblaciones costaneras para designar la holgazanería. Desde mediados del siglo XX el significado de atorrante en la Argentina fue variando de vago a vivo, tramposo o astuto, que es el uso habitual en nuestros días.

A principios de 1895 Henry Brisson se presentó ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación[476] para demandar a los señores Bacigalupi y Marimón, fabricantes de los cigarrillos FARRISTAS, por las semejanzas con los ATORRANTES en el color de las etiquetas y las inscripciones, iguales hasta en la forma y caracteres de las letras, difiriendo solo en el nombre de los fabricantes y en la cabeza de burro que existe en las legítimas. La demanda argumentaba que la semejanza entre ambas etiquetas inducía a la confusión de los consumidores perjudicando comercialmente a la firma de Brisson. En la resolución del juez se menciona que "*la marca usada por los demandados en sus etiquetas consiste de una cabeza de hombre con sombrero puesto, que ocupa enteramente una de las faces externas de la etiqueta, y la denominación FARRISTAS repetida cuatro veces en diversas partes de la misma, con inscripciones referentes á la naturaleza del artículo y otras varias que no*



forman parte de la marca, no pudiendo ellas ser consideradas como tal en virtud de disposiciones expresas de la ley de la materia. En uno de los lados de la etiqueta se ve también un monograma formando de las letras B M y debajo claramente impresos, los nombres de los fabricantes Bacigalupi y Marinon (en realidad Ignacio Marimón) *y la calle y número en que está situada la fábrica* (la cigarrería El Farrista estaba en Buen Orden 963). *Que en tal manera comparadas las dos etiquetas, resulta que no existe en la incriminada ninguno de los distintos rasgos esenciales de lo que constituye la marca registrada del demandante, según el certificado de la oficina respectiva, no siendo, por tanto, posible confundir una etiqueta con otra, ni los productos que envuelven.*"
Con estos argumentos el juez desestimó la denuncia realizada por Henry Brisson y liberó de culpa y cargo a los fabricantes de los cigarrillos FARRISTAS.

La marca ATORRANTES se caracterizó por satirizar en las figuritas que traían los paquetes a los gobernantes y políticos de turno, tal cual lo realizaba el semanario *Don Quijote*. Este periódico fue fundado por el dibujante y periodista Eduardo Sojo (conocido como Demócrito) en 1884 y se publicó hasta 1905. *Don Quijote* fue precursor en el uso de la caricatura como herramienta crítica del gobierno y en defensa de los derechos del pueblo, sufriendo constantes persecuciones y censuras de parte de los gobernantes de la época.
Mostramos solo algunos ejemplos de las figuritas de los cigarrillos ATORRANTES de la época del cambio de siglo, con caricaturas que satirizaban a políticos y personalidades del momento. Las ilustraciones eran mayormente obras de Rodolfo Soucup y de Demócrito. Las imágenes son de un sitio de internet[477] en donde existe un foro de discusión para identificar a los personajes que aparecen en más de cien figuritas distintas. En la primera fila puede distinguirse a los presidentes Carlos Pellegrini, Miguel Juárez Celman (a quien se lo conocía como el burrito cordobés), Julio A. Roca (el zorro) y Luis Sáenz Peña (el pavo). Los interesados en la historia argentina de 1900 pueden tratar de identificar el resto de las caricaturas.



Para promocionar sus cigarrillos ATORRANTES la fábrica de los hermanos Brisson lanzó un concurso[478] previo a las elecciones presidenciales de 1904 con premios de $5000. La promoción comenzó en enero de 1904 y los participantes debían acertar quienes serían elegidos presidente y vicepresidente de la Nación en las elecciones que se realizarían el 10 de abril de ese año. Para participar había que utilizar los cupones que venían dentro de los paquetes de cigarrillos y el ganador sería quien acertara ambos vencedores de las elecciones y enviara el mayor número de cupones. El ganador de la nada despreciable suma de $3000 del primer premio resulto ser un tal Luis M. Vila, quien presentó la increíble cantidad de 16.632 cupones (y suponemos no debe haber fumado esa cantidad de atados de cigarrillos…).

Fábrica de Tabaco El Gaucho Martín Fierro

EL GAUCHO M. FIERRO
Marca de fábrica
REGISTRADA
PRONTO SE
INAUGURARA



EL GAUCHO MARTIN FIERRO
Fábrica de cigarros, cigarrillos y picaduras prensadas
ELISEO PINEDA y Ca.
100—CALLE SANTA-FÉ—102
Esta fábrica atenderá los pedidos que se le hagan de la campaña y provincias, y los servirá con prontitud y exmero, elaborando tambien los cigarrillos á gusto de sus consumidores.
Hay constantemente un completo surtido de tabacos en hojas y picados.
VIRGINIA, BAHIA, PARAGUAYO, TUCUMANO, NEGRO, &.
como tambien Cigarros Habanos, Bremen, y cualquier otro artículo que se relacione con el ramo de Cigarrería; todo á precios mas baratos que en cualquier otra parte.
GARANTIDO

¡ATENCION!
LA FABRICA DE TABACO
EL GAUCHO MARTIN FIERRO
Se ha mudado á la calle Puerto N. 124—E. PINEDA y Ca.

Eliseo Pineda fue otro más de los tantos inmigrantes que se dedicaron al comercio del tabaco. Nacido en la península ibérica hacia 1852, encontramos los primeros indicios sobre su actividad industrial en enero de 1882 en un periódico rosarino.[479] Allí se anuncia la inminente apertura de una nueva fábrica de cigarros, cigarrillos y tabaco manufacturado de las variedades Virginia, Bahía, negro, paraguayo, tucumano, etc. La fábrica finalmente abrió sus puertas en marzo de 1882, situada en la calle Santa Fe 100-102, en la ciudad de Rosario. En septiembre de ese mismo año se alerta a los favorecedores de la marca que los talleres y la venta al público se habían trasladado a la calle Puerto 124. Las publicidades en *El Independiente* dejaron de aparecer en mayo de 1883, aunque todavía en 1886 la cigarrería de Eliseo Pineda seguía figurando en las guías comerciales con domicilio en la ciudad de Rosario. Ese mismo año Pineda contrae matrimonio en San Lorenzo, Santa Fe, con Margarita Cordiviola, oriunda de la misma ciudad. En el acta de matrimonio[480] se menciona que Pineda es "natural de España y vecino de Buenos Aires", además de comerciante, por lo que no debe descartarse que para esa fecha ya estuviera radicado en la Capital. En el censo de 1895 el matrimonio aparece viviendo en la Ciudad de Buenos Aires[481] y Pineda declara tener 43 años, ser comerciante y poseer propiedad. En el mismo domicilio, además de su esposa, viven Rafael Pineda de 19 años y Encarnación Pineda de 30 años, seguramente parientes cercanos ya que la pareja declara no tener hijos.



En el año 1893 Eliseo Pineda ya estaba instalado en la Capital con su manufactura Martín Fierro que había adquirido un tamaño y volumen comercial más que importante. Inicialmente se instaló en Rivadavia 2276 y luego en un local propio en la Calle de Cuyo 1346 (actual Sarmiento), ocupando a no menos de 200 operarios[482] en la elaboración de cigarros finos de tipo mediano. Esta fábrica fue la que inició el trabajo a domicilio, dando así ocupación a muchas decenas de obreros a los que les compraba su producción casera.

Una de las marcas que producía en el segmento económico eran los cigarrillos EL GAUCHO MARTÍN FIERRO de 10 centavos la carterita, destinados, como ya hemos comentado, a las clases sociales con menos poder adquisitivo.

Hacia fines del siglo XIX la empresa había pasado a denominarse Manufactura de Tabacos Teniente General Roca. Sus marcas más reconocidas eran ROCA (de 20 centavos, luego bajados a 18 centavos), GOBERNADORES y SANTO Y SEÑA (de 10 centavos, registrada el 01 de septiembre de 1897, acta Nº 6481). También encontramos una solicitud para la denominación EL MARRO en septiembre de 1900, aunque no hemos hallado evidencia de que esta marca alguna vez haya sido vendida.



Probablemente la primera marca de cigarrillos argentina con el nombre de un político haya sido la de Julio A. Roca. El general Roca[483] nació en Tucumán en 1843 y falleció en Buenos Aires en 1914. Fue una de las figuras más destacadas y polémicas de la historia argentina. Algunos historiadores lo consideran como el mentor del estado argentino moderno, mientras otros no dudan en calificarlo de genocida, recordando el aniquilamiento de miles de indígenas en la Campaña del Desierto en la Patagonia. Es el presidente de la nación Argentina que durante más tiempo ocupó el cargo, 12 años en los períodos 1880-1886 y 1898-1904. Roca además manejó los hilos de la política argentina durante más de 30 años mediante el Partido Autonomista Nacional, urdiendo complejas alianzas con distintas fuerzas políticas, lo que le valió el apodo de "El Zorro". Asumió su primera presidencia con 37 años de edad, siendo el segundo presidente más joven de la historia Argentina, precedido solo por Avellaneda. Se lo considera el iniciador del periodo en el que "la Generación del '80" decidió los destinos del país. Durante su gobierno se produjo una masiva inmigración europea, alimentada por la prosperidad de la nación, basada en un modelo marcadamente agroexportador. Se impulsó enormemente la educación general con la sanción de la Ley 1420 que estableció la enseñanza primaria gratuita, obligatoria y laica para todos los habitantes del país. Este hecho y la separación efectiva de la Iglesia Católica del Estado, sancionando la ley de Registro Civil, llevó en 1884 a que Roca fuera el único presidente de la historia argentina en romper relaciones diplomáticas con el Vaticano.



Terminado su segundo mandato, Roca redujo paulatinamente su participación en la política nacional hasta su muerte el 19 de octubre de 1914.



Roca utilizó la fábrica de Pineda para lanzar en 1898 su marca propia de cigarrillos para publicitarse a él mismo y a otros políticos afines a sus ideas en la campaña electoral en la que compitió y venció a el ex presidente Bartolomé Mitre.
Las marquillas ROCA son una mezcla rara de cromolitografía e impresión "fotográfica", pero muy bonitas y coloridas. En los paquetes de cigarrillos y los afiches previos a la elección puede leerse la frase "Teniente general Julio A. Roca, candidato popular a la futura presidencia de la República". Luego de triunfar en las elecciones presidenciales la leyenda cambió a "Excelentísimo Sr. teniente general Julio A. Roca Presidente de la República Argentina". Además del retrato de Roca, en las etiquetas y los afiches aparece una mujer escribiendo la frase "1898 Roca fue reelecto". Se trata de la alegoría de la Libertad en Argentina, representada habitualmente por una joven mujer vestida por una especie de túnica, de tez clara y con una cabellera ondulada al viento. Suele llevar por tocado un gorro frigio rojo, emblema de la libertad. Su túnica y sobre túnica casi siempre tienen los colores de la bandera argentina.
Las caras internas las marquillas de los cigarrillos ROCA traían las imágenes de gobernadores y miembros del parlamento argentino. Existen algunas decenas de marquillas con distintas imágenes de políticos del momento entre quienes podemos mencionar a José Figueroa Alcorta, Marco Avellaneda, Carlos Echegaray, Carlos Doncel, Eliseo Cantón, Julio Herrera, Tristán Almada, Eleodoro Lobos, Emilio Gouchón, Maximino de la Fuente, Gustavo Ferrari, Eugenio Alemán, Antonio García, Domingo Pérez, etc.



La manufactura de Eliseo Pineda también produjo una marca de cigarrillos más económica llamada SANTO Y SEÑA, a un precio de 10 centavos el atado. El póster en el que enfáticamente se anuncia "Roca o nadie" es de la época de la campaña electoral, previa a la elección. En los fragmentos de marquilla que mostramos en la página siguiente aparece un diseño similar al del póster, aunque con menor variedad cromática, para reducir los costos de impresión. En la marquilla incluso alcanza a distinguirse un precio sobreimpreso de 5 centavos sobre el original de 10 centavos. Podemos observar también que en el póster el retrato de Roca aparece rodeado de una corona de laureles (símbolo de triunfo), mientras que la marquilla presenta una corona con una mitad de laurel y la otra de roble. Esta última es conocida como "corona civil" y se otorgaba en la antigua Roma a los civiles que salvaban la vida de otra persona en una batalla. En la marquilla también aparece el escudo argentino y los soldados tienen uniforme blanco en lugar de azul.
La expresión "santo y seña" es de uso militar y sirve de contraseña para que un centinela pueda identificar por la noche a la persona que se acerca a un puesto militar.

Otra marca elaborada por Pineda[484] era la de los cigarrillos GOBERNADORES en cuya publicidad aparecen los escudos de las catorce provincias que a fines del siglo XIX componían la división política de la Argentina, junto con el escudo nacional y el retrato de Roca. La misma fábrica también elaboraba los cigarros PRESIDENTES cuya vitola tenía, a quién si no, la imagen de Julio A. Roca.

En la calle Cuyo 1346 funcionó desde principios de 1902 la fábrica de cigarrillos Yolanda de Federico Hormann. Es muy probable que luego de finalizada la campaña electoral de 1898 y asumir Roca la presidencia, ya no fuera necesario seguir produciendo estos cigarrillos y la Manufactura Teniente General Roca fuera vendida. De hecho, la inscripción de los cigarrillos EL GAUCHO MARTÍN FIERRO, realizada el 23 de abril de 1902, fue solicitada por Hormann aunque en la marquilla todavía aparece el nombre de Pineda.

Como anécdota de color mencionamos un chisme aparecido en una revista de la época.[485] *El presidente Roca compra todas las marcas nuevas de cigarrillos que aparecen y á ninguna se aficiona. Su vice, el doctor Quirno Costa, estamos seguros que apuntará este dato y lo aprovechará, pues al contrario de Roca, gusta de no comprar cigarrillos de ninguna marca y fumar de todas.*

Para finalizar, reproducimos una simpática copla que utilizaba la fábrica El Gaucho Martín Fierro de Pineda para promocionar[486] sus productos en la ciudad de Rosario.



Señores inteligentes
Que dicen saber fumar,
Sírvanse ustedes probar
Este tabaco excelente,
El que lo pruebe realmente
Si fuese buen fumador,
Verá que es de lo mejor
Y que es verdad lo que explico,
Pues el papel es muy rico
Y el tabaco es superior

Quien fuma estos cigarrillos
Nunca se enferma del pecho,
Pues entienden que son hechos
Con materiales sencillos;
Es mejor que el habanillo,
Y les debo asegurar,
Que no pretendo ganar,
Sino hacerles un servicio,
Y los que tengan el vicio
Cómprenlos sin titubear

Es cigarro sin segundo
Tabaco sin compostura,
La más rica picadura,
Que se conoce en el mundo,
Si lo prueban yo me fundo,
Porque también se fumar,
Que ya no lo han de dejar,
Pues a más de saludable
Tiene un sabor agradable
Que queda en el paladar.

Por fin si ustedes lo prueban
Dejarán a otros pipiolos,
Esos que se pitan solos
Y que mi marca no llevan;
Ya verán cómo se ceban
Y conocen el primor
De que adquiere el fumador
En todo mayor destreza,
Más memoria en la cabeza
Y en el cuerpo más vigor.

Didiego: apellido de cigarreros italianos



Julio 30 de 1913. -- Donato Didiego y Cía. — Tabacos, cigarros y cigarrillos, rapés y artículos para fumadores, de la clase 21.

No es simple describir con certeza la historia de esta familia tabacalera que comenzó hace casi 150 años. En algunos casos los hechos son comprobables de manera directa, en otros debemos inferirlos a partir de la escasa documentación disponible. Podemos decir con relativa seguridad que la actividad tabacalera de la familia Didiego en nuestro país se remonta hasta el año 1878 cuando Enrique Didiego comienza a manufacturar tabaco, probablemente en forma de cigarros.[487] Didiego había nacido en el pueblo de Gessi en la provincia italiana de Chietti (zona del Abruzzo) en 1938. Estuvo casado con Julia Genovecchia con quien tuvo al menos 5 hijos: Margarita (1857), Donato (1862), Alfonso (1867), Clementina (1869) y Pascual (1875), todos nacidos en Italia. Estos datos pueden inferirse de las actas de matrimonio de Alfonso y Clementina, en donde figuran los datos de sus padres.[488] Por otro lado, en el censo de 1895 aparecen los nombres de varios Didiego viviendo en el mismo domicilio (entre ellos Margarita, Donato, Alfonso y Clementina), por lo que puede suponerse que eran hermanos. En el caso de Pascual está registrado en otro domicilio en el censo, pero apadrinó a uno de los hijos de Donato en 1891 y en el acta de bautismo figura en el mismo domicilio, de donde puede inferirse el parentesco. Mencionamos que en muchos de los documentos consultados, sobre todo en los más antiguos, el apellido familiar era anotado como De Diego. En los posteriores a 1890 aparecen como Di Diego o Didiego, siendo esta última forma la que terminaron utilizando.

Enrique aparentemente enviudó y volvió a casarse en nuestro país con María Antonia Pulici, con quien tuvo otros dos hijos, Enrique Francisco (1884) y Juan Antonio (1886), este último cuando ya tenía 47 años de edad. El domicilio familiar en 1884-1886 era la calle Lorea 204, coincidente con las direcciones que aparecen en las guías comerciales de la época.[489] Analizando en más detalle la ficha censal de 1895 vemos que figuran los nombres de varios niños: Julia Elvira, Catalina Clotilde, Donato A., Enrique Julio y Clementina María (a los que se suma Emilia Dionisia en 1903) todos ellos hijos de Donato, según las correspondientes actas de bautismo. Notar que el segundo hijo varón se llama Enrique y la hija mayor Julia, lo que tiende a confirmar la relación familiar entre Enrique y Donato. En la planilla del censo también aparece Enrique A. (de un año) hijo de Alfonso, quien además tuvo una hija llamada Julia (cuyo padrino fue el tío Donato), de nuevo repitiendo la tradición de llamar a los primogénitos con el nombre de sus abuelos. Llamativamente en la ficha censal están listados otros dos niños, Enrique (de 12 años) y Antonio (de 9 años) cuyos nombres y edades coinciden con los dos hijos del (posible) segundo matrimonio de Enrique. ¿Por qué los dos últimos hijos de Enrique vivían con sus hermanastros? ¿Fue simple casualidad y justo estaban de visita cuando se realizó el censo o algo grave sucedió con sus padres y tuvieron que hacerse cargo de la crianza sus hermanos?

Volviendo un poco atrás en el tiempo, en las guías comerciales hasta 1888 encontramos la razón social Enrique Didiego con dirección en Lorea 204. Por esa fecha su hijo Donato ya tenía algo más de 20 años y seguramente se había incorporado a la actividad tabacalera familiar junto a su padre, tal cual lo confirma la presentación hecha en la exposición de Paraná de 1886.[490] En 1893 los talleres de La Virginia sufrieron un incendio,[491] y allí se menciona a Enrique Didiego e hijo como sus propietarios. Esto se repite en el *Anuario del Comercio* de 1894 donde la firma aparece[492] situada en San José 1556 (actual Rivera Indarte). Casualmente ese era el domicilio de Donato Didiego, por lo



menos desde 1887, según los datos del bautismo de su hija Julia Elvira (en realidad figura San José 752 porque todavía se utilizaba la antigua numeración). Al menos hasta 1891 los Didiego vivieron allí, mudándose luego a Rivadavia 1439 (probablemente este haya sido el sitio en donde fueron censados en 1895) y luego, en 1903, a Bacacay 2254. En 1895 la razón social pasa a ser Didiego hermanos,[493] nombre con el que registran la marca EN GUARDIA para tabaco, cigarros y cigarrillos el 01 de septiembre de 1897, bajo el acta Nº 6465. Recién en 1910 vuelve a aparecer el apellido Didiego en guías comerciales[494] y por duplicado: Donato Didiego con domicilio en Victoria 2545 y Pascual Didiego en Corrientes 2970.
Esta historia, de por sí intrincada, tiene otro elemento que no podemos soslayar y que le agrega más incertezas al enigma. La *Guía descriptiva* de Fernández Burzaco[495] dice que en 1895 la fábrica La Virginia, situada en San José 1556, es dirigida por los cónyuges Brambilla y que la fundación de esa importante tabaquería databa de doce años, es decir se habría inaugurado recién en 1883. Algunos indicios sobre el traspaso de la fábrica a los Brambilla aparecen en una demanda judicial,[496] sobre la que hablaremos en otro capítulo de este libro. En esa demanda se afirma que el 23 de agosto de 1892 le fue otorgado a Donato di Diego el registro de marcas y el logo de la *Direzione Generale delle Gabelle* del Reino de Italia por el término de 10 años para la introducción desde el exterior de tabacos y cigarros comunes del tipo fermentados. Los cónyuges Brambilla se hicieron cargo del negocio de La Virginia en 1894, obteniendo de Donato Didiego un poder que le transfería el derecho de sus marcas, aunque la presentación realizada en el registro de marcas fue rechazada porque el registro original era para productos importados y los Brambilla lo solicitaban también para productos manufacturados. Los talleres se mantuvieron en San José 1556 y el escritorio de venta al público en Cangallo 640. En 1898 la familia Brambilla liquidó el negocio, aunque desconocemos si por fallecimiento de alguno de sus dueños, porque decidieron volver a su tierra natal o, simplemente, por problemas financieros. La fecha del inicio de las actividades de La Virginia citada en *la Guía Descriptiva* quizás sea errónea porque los nuevos dueños no tenían por qué conocerla en detalle.
Notar que coincidentemente con la transferencia de La Virginia a los cónyuges Brambilla, se producen varios hechos: los Didiego dejan la vivienda-taller de la calle San José y reportan un nuevo domicilio, la razón social pasa de Enrique Didiego e hijo a Didiego hermanos y los pequeños hijos de Enrique Didiego aparecen viviendo en la casa de sus hermanos. Sin información adicional solo podemos especular lo que pudo haber sucedido. ¿Habrá fallecido Ernesto y la familia decidió liquidar el negocio? ¿Tuvieron una buena oferta financiera y vendieron la firma, pero luego retomaron la actividad tabacalera como medio de vida? ¿La entrada en vigencia de la recientemente aprobada Ley de Impuestos Internos tornó poco rentable el negocio de cigarros y decidieron incursionar en la fabricación de cigarrillos? O quizás algo más que no podemos imaginar.



¿Y quiénes eran los "cónyuges Brambilla" como aparecen citados en todas las publicidades, libros y guías comerciales de la época? En el libro de Fernández Burzaco se menciona que "*El señor Brambilla es introductor de artículos de hilo italianos y tanto para la expendición de éstos, como para los artículos de su cigarrería La Virginia, tiene registrada una marca representando la Catedral de Milán*". Desafortunadamente el apellido

Brambilla es relativamente habitual y ni siquiera tenemos el nombre de alguno de los dos cónyuges. A fines del siglo XIX hallamos más de 600 Brambilla en el país y unos 100 en la ciudad de Buenos Aires. Una paciente búsqueda por todos estos nombres nos permitió hallar como posibles candidatos al matrimonio formado por Serafino Brambilla y Catalina Beretta (o Berretta) de 56 y 50 años en 1895, respectivamente, de oficio comerciante y con ocho hijos declarados, cinco de los cuales nacieron entre 1872 y 1880. Esta misma persona (aunque llamado Cerafino) aparece en la guía comercial Kunz de 1886 como dueño de una casa introductora de artículos italianos llamada "Ciudad de Milán", con domicilio en Esmeralda 106 (casi esquina Cangallo), la misma dirección declarada en el bautismo de su ultimo hijo en 1880. Notar un par de coincidencias sugestivas con lo expresado por Fernández Burzaco: Brambilla importa artículos de hilo (telas y ropa fina) y su logo tiene a la Catedral de Milán. Si efectivamente Serafino y Catalina fueron los cónyuges Brambilla, su falta de experiencia en la manufactura del tabaco puede haber sido otra de las causas del prematuro cierre de la firma.



La manufactura de cigarros puros y toscanos La Virginia ocupaba en 1895 un edificio de dos plantas ubicado en la calle San José 1556, en el barrio porteño de Flores. Unos 400 operarios entre hombres y mujeres confeccionaban, en los talleres y en sus propios domicilios, distintos tipos de cigarros toscanos y brisagos, que adquirieron buena fama entre los fumadores de entonces. La casa también se especializaba en la fabricación de cajas para cigarros, con carpintería y aserradero propios, además de las máquinas para armar y marcar las cajas con el sello de La Virginia.



No sabemos con certeza en qué momento Didiego comenzó a utilizar el nombre de La Defensa para su cigarrería. Es posible que lo haya hecho desde fines del siglo XIX cuando empezó a dedicarse también a la elaboración de cigarrillos, pero los primeros datos certeros que hallamos son de 1911, cuando presenta la solicitud Nº 35362 en el Registro de Marcas para LA DEFENSA. En 1905 aparece en el periódico anarquista *La Protesta*[497] uno de los pocos avisos de Didiego que pudimos hallar de antes del año 1912. Corresponde a la marca FEDERACIÓN OBRERA para cigarrillos de 10 y 20 centavos y tabaco para pito. Notar el particular texto que aparece la publicidad *"Es la marca de cigarrillos protegida por los obreros porque con sus premios en libros contribuye a la ilustración popular y a la difusión de las ideas modernas"*, a tono con los ideales y la línea editorial de *La Protesta*. Este periódico, que con más de 120 años de vida continúa editándose en 2019, fue uno de los que más luchó por los derechos laborales de los miles de obreros que trabajaban en pésimas condiciones en muchas de las fábricas de cigarrillos. En particular, fomentaba el boicot a las marcas de aquellos tabaqueros que consideraba eran explotadores de sus trabajadores.

En las marquillas de Donato Didiego y Cía. aparecen varias direcciones distintas de la fábrica. Las más antiguas probablemente sean la de la calle Pichincha 1550 en el barrio de San Cristóbal y la de Venezuela 2353 en el barrio de Once. En algunas guías comerciales también aparecen las direcciones Victoria (actual Hipólito Yrigoyen) 2545 y Bacacay 2660. Como ya mencionamos, en 1912 La Defensa pasó a manos de Piccardo y Cía. a través de una garantía de créditos bancarios, en medio

de la guerra comercial contra la Compañía Argentina de Tabacos Ltda. A partir de ese momento Donato Didiego y Cía. registra una cantidad enorme de marcas, sobre todo de tabaco, que era una de las falencias en la oferta comercial de Piccardo. En los 35 años que van de 1912 a 1947 hallamos más de 400 solicitudes de registro y renovación de marcas en el *Boletín Oficial* y mucho más de la mitad correspondía a distintas presentaciones de tabaco.

¿Cómo continuó la actividad de Didiego luego de vender su empresa a Piccardo? Lamentablemente es otra de las preguntas que, por el momento, que no tienen respuesta. Solo podemos mencionar[498] que en 1919 Donato Didiego obtuvo un permiso precario para que su manufactura de tabaco funcionara en el mismo local que su fábrica de antisárnico (seguramente a base de tabaco) en la calle Jujuy 1647/57.

Luego de 1920 (cuando Piccardo ya había adquirido la C. A. T. y todas sus subsidiarias) se registra en Cangallo 2675, a metros de Plaza Once, donde también funcionaron las fábricas El Telégrafo, La Hija del Toro y la Compañía Tabacalera Argentina. En esta misma dirección aparecen otros nombres utilizados por Piccardo como Oriental Tabak Cigarettenfabrik (LOTO CABINET) y The Argentine Tobacco Company (CAIRO, IRIS). Ese mismo año la empresa se transforma en Sociedad Anónima Manufactura de Tabacos La Defensa de Donato Didiego y Compañía Limitada[499] con un capital de un millón de pesos.

Una década después comienza a aparecer en las marquillas de La Defensa el domicilio de Los Patos 1745. Esta calle es paralela y contigua a Uspallata 1720, conectándose posiblemente con la fábrica donde Piccardo había centralizado su producción luego de absorber a la C. A. T.

Dentro de las principales marcas elaboradas por La Defensa podemos mencionar a los cigarrillos VANGUARDIA, que se vendían en paquetes redondos de 15 centavos, y sus etiquetas estaban ilustradas con rostros de mujeres. Su registro fue presentado ante la Oficina de Patentes y Marcas el 16 de noviembre de 1914 y le correspondió el acta Nº 46944.

PATRICIOS de 20 centavos fue registrada por primera vez en marzo de 1899 por Piccardo y Cía., con un diseño muy distinto al de la marquilla de 10 centavos que mostramos, que se inscribió en abril de 1912 (acta Nº 36338). En la cara frontal de la marquilla aparecía un militar destacado y en las caras interiores los infaltables rostros femeninos que acompañaron por décadas las marquillas de Piccardo y Cía.

Patricios deriva su nombre de la clase social dominan-

te en la antigua Roma. El término viene de *pater* (padre), en referencia a que son descendientes de los primeros padres de Roma. Constituían la clase aristocrática, una nobleza de raza. Por consiguiente el Regimiento de Patricios fue el "padre" de las milicias argentinas. Formado en el año 1806 en Buenos Aires con motivo de las Invasiones Inglesas, su primer comandante y Jefe del 1° Batallón fue el teniente coronel Cornelio Saavedra, luego presidente de la Junta Revolucionaria de Mayo 1810.



Los MILAGRO venían en carteritas de 10 centavos y por la leyenda que traían en su cara interior "Los cigarrillos MILAGRO representan un magno esfuerzo de la industria argentina contra la invasión de los trust" se deduce que son de la época en que la C. A. T. ya estaba instalada en la Argentina. En efecto, esta marquilla fue registrada en febrero de 1915. Existe un diseño anterior, con el nombre de la marca alineado según se observa en el fragmento que mostramos, cuya solicitud de registro fue presentada en octubre de 1914. La Defensa continuó renovando sus derechos comerciales sobre la marca al menos hasta el año 1945, aunque no hay evidencias de que haya subsistido más allá del año 1920.





La marca PIERROT también se vendía en carteritas de 10 centavos y había sido previamente elaborada por la Cigarrería de Londres de los hermanos Emilio y Adolfo Villalba. Donato Didiego y Cía. la inscribió el 19 de octubre de 1916 (acta Nº 54887) con un diseño similar al que mostramos, pero en el que aparece la dirección de la calle Venezuela 2353-61 en lugar de Cangallo 2675, que es posterior a 1919. Como en otras marquillas de Didiego/Piccardo las caras internas del diseño tenían las infaltables fotografías de bellas mujeres. El fragmento de los PIERROT con el rostro blanco del payaso sobre un fondo rojo corresponde a un diseño original para la marca que no llegó a comercializarse. Fue impreso en los talleres gráficos de la Compañía General de Fósforos, probablemente a comienzos de la década de 1910. La Defensa incluso llegó a producir una versión de exportación de estos cigarrillos en 1920, que se fabricaban en una elegante caja de color verde con 20 unidades y la inscripción en francés "Tabac Argentin Exportation".

Otras de las marcas fabricadas por Didiego era CÍRCULO DE ARMAS. Esta denominación fue originalmente inscripta por V. M. Rossetti y Cía. en 1903, con un diseño similar al de la marquilla que presentamos. En abril de 1915 Donato Didiego y Cía. la registran a su nombre por lo que se presume que Piccardo también adquirió la fábrica de Rossetti. El producto, de 10 centavos el paquete, estaba dirigido al segmento popular de la población como lo confirma el texto debajo del logotipo de la marca. El nombre alude al club social y deportivo fundado en 1885 por "ilustres" personajes de la aristocracia argentina, tristemente célebre por haber sido el punto de reunión en donde se organizó el primer golpe de estado militar, en septiembre de 1930, que derrocó a Yrigoyen.



Otras marcas de cigarrillos de Donato Didiego incluyen a: CABAÑA, LA PALOMA, LA PAYADA, REGALÍA, TEAM, TRUCO (10 centavos) DOMINÓ, PENINSULARES, TURCO DE LA DEFENSA (15 centavos), PICHINCHA (100 cigarrillos por 45 centavos) y GUARANY y ARMY AND NAVY de 20 centavos o más. Los habanos PERLAS DE CUBA costaban $1.00 las 12 unidades. Pero sin duda la especialidad de la fábrica de Didiego era el tabaco elaborado. Solo la marca LA DEFENSA se vendía en más de 10 variedades incluyendo: negros picadura, Virginia amarillo y hebra, corte francés, caporal especial, alemán primera y aromático, hebra fina, especial Nº 1, Bahía, corte turco, etc. Otras marcas de tabaco (de las que mostramos dos ejemplos) eran ARMY AND NAVY, BERLÍN, CERRO AZUL, HP, ITALIA, LA PATAGONIA, LATINO, LA VIRGINIA, LIBERTÉ, NERONE, PARANÁ, PICHINCHA, SAN FÉLIX. Varias de estas marcas se vendían en unas hermosas latas litografiadas, con capacidad para 500 gramos, a $3.50 el kilogramo

Con respecto al final de La Defensa, poco después de producirse la fusión entre Piccardo y la Compañía Nobleza de Tabacos se publicó un documento,[500] con fecha 21 de mayo de 1979 y firmado por uno de los directores de la BAT, en el que se afirmaba que las operaciones de las empresas de la Manufactura de Tabaco Piccardo (la Compañía Argentina de Tabacos Ltda. y la Manufactura de Tabacos La Defensa de Donato Didiego y Cía., que según el documento era la compañía proveedora de fertilizantes) serían absorbidas por Nobleza-Piccardo para luego ser liquidadas. El precio de las acciones combinadas de ambas empresas solo sumaba US$ 52.000 y se recomendaba conservar las tierras y los edificios debido a las dificultades para venderlas a buen precio en corto tiempo.

Fue así como terminaron su historia de manera conjunta la principal competidora de Piccardo en la década de 1910, y la firma que con su experiencia en el tabaco elaborado ayudó a vencer al trust tabacalero inglés.





La Comercial de Constantino Bolón

Constantino Bolón fue uno más de los tantos inmigrantes gallegos[501] que se dedicó a la actividad tabacalera en el país. Según los datos censales[502] había nacido en España en el año 1857 y emigró a la Argentina cuando tenía 17 años.[503] Los inicios de Bolón en el rubro del tabaco fueron trabajando como comisionista y dependiente a sueldo en la Cigarrería del Águila de Don José Antonio Alonso, una antigua firma con domicilio en Bolívar 51. En esa época Bolón estaba contratado para efectuar ventas en la provincia de Buenos Aires, obteniendo un dos por ciento de las ventas realizadas. Estos datos aparecen en un fallo judicial[504] entre ambas personas por diferencias sobre la pertenencia de Bolón como socio de la fábrica de Alonso. Constantino Bolón pudo reunir el capital para abrir su propio negocio en 1882 al que denominó La Comercial, dedicándose tanto a la importación como a la fabricación de tabacos, cigarros y cigarrillos. El primer local estuvo en Rivadavia 306-308 de la antigua numeración. Hacia 1887 la firma ya había adquirido un volumen comercial considerable y debió abrir un taller de manufactura en la calle México 1933, entre Pozos y Sarandí, tal cual se consigna en el aviso que reproducimos.[505]

LA COMERCIAL. Calle Rivadavia 306 y 308
Casa Introductora Fundada en 1882
Fábrica a vapor - Tabacos, cigarros, cigarrillos

*Manufacturas confeccionadas con precisión por máquinas a vapor de sistemas perfectísimos y productos realizados según las últimas experiencias de la ciencia de la higiene. En régimen de venderlo todo a muy pequeño beneficio y enteramente de confianza, es la regla de conducta que poderosamente ha contribuido al éxito no interrumpido de **La Comercial**.*
*A pesar de la baratura general, todas nuestras mercancías son de primera elección, de primeras fábricas y de primera calidad. Un pedido hecho a título de ensayo a **La Comercial** bastará para asegurarse de nuestro deseo de satisfacer en un todo a nuestra clientela y permanecer fieles a nuestros principios de lealtad resumidos en nuestra frase:*
Probitate decus (La honestidad de belleza)
*La mayor complacencia y la mayor honradez son reconocidas a los empleados de **La Comercial** encargados de las transacciones al por mayor y al detalle.*
Tenemos el placer de comunicar a nuestra numerosa clientela de comerciantes y de particulares, que hemos dado mayor ensanche a nuestros talleres y depósitos, y es por lo tanto este establecimiento el primero hoy en el género; y el único especial en la fabricación mecánica de cigarrillos de tabaco habano, por estar montadas en todos los procedimientos modernas máquinas a vapor. Disponemos de un surtido de tabaco de primer orden, contando con elementos suficientes para atender y servir rápidamente y bien a toda casa comercial que se digne honrarnos con sus órdenes, por importantes que ellas sean.
Este establecimiento desde su fundación en 1882, teniendo máquinas a vapor, nunca alcanzó a poder cumplir con la rapidez que deseaba el creciente desarrollo que el comercio en general de toda la República y el público en particular le han exigido, por la constante demanda de todos los artículos procedentes de nuestra fábrica; por eso desde ahora, nos hemos visto en la imprescindible necesidad de llevar parte de nuestro depósito y taller fuera del centro de la ciudad, agregándoles máquinas modernas y rápidas en el desenvolvimiento del trabajo, para poder corresponder dignamente el favor constante del público en preferir nuestros productos a los de cualquier otra casa de este ramo.
Constantino Bolón y Cía. - Propietarios.

Para el año 1894 la dirección de La Comercial era Rivadavia 1042 (por el cambio de numeración) y en el mes de octubre la producción se había mudado a un nuevo taller en Belgrano 2349, entre Pichincha y Matheu, a metros del domicilio familiar. La fábrica de dos pisos se había construido en un terreno que ocupaba media manzana, con maquinaria valuada en $100.000. En la planta baja estaban los depósitos de tabaco, junto con las máquinas picadoras, tostadoras, afiladoras, prensas, etc., todas ellas movidas por un motor a vapor de 10 HP. En el primer piso había dos máquinas cigarrilleras norteamericanas que producían 300 cigarrillos por minuto. También ocupaban esa planta los cigarreros que armaban cigarros y cigarrillos manualmente, y las mujeres que se ocupaban de empaquetarlos. Según un aviso de los cigarrillos

LA COMERCIAL
GRAN CASA IMPORTADORA FUNDADA EN 1882
INTRODUCCION DIRECTA DE TABACOS DE LA HABANA
Están ya puestos á la venta, en los establecimientos de primera clase, solamente de esta Ciudad
LOS MAS AROMATICOS E INCOMPARABLES cigarrillos
BEDUINOS - BEDUINOS
del mas puro TABACO HABANO, sin rival en el universo por su reconocida delicadeza y bondad.
El éxito mas colosal obtenido en la capital federal y en La Plata POR LA FRAGANCIA DEL TABACO HABANO con que son hechos.
160.000 ataditos vendidos diariamente—500 OBREROS empleados en sus talleres.
1042 - RIVADAVIA - 1042
CONSTANTINO BOLON Y COMPAÑIA
Tip. Lit. L. Ricardone (hijo)— Córdoba 814, Rosario

BEDUINOS en 1894,[506] La Capital empleaba unos 500 obreros en sus talleres que producían y vendían 160.000 paquetes de cigarrillos por día. En ese momento había en Buenos Aires 262 fábricas de cigarros y cigarrillos y la fábrica de Bolón estaba entre las más importantes por su adelanto técnico y producción. Como ejemplo comparativo La Proveedora, de Manuel Durán, fabricaba más de 100.000 atados diariamente.



Constantino Bolón, dueño de La Comercial, era uno de los propietarios que viajaban permanentemente para estar al día con los progresos de la industria cigarrera y recorrió durante dos años y medio el mundo en busca de conocimientos y las más modernas técnicas y maquinarias para su fábrica. Hay un registro de ingreso al país[507] a fines de 1893 que probablemente sea suyo, proveniente de la ciudad francesa de Burdeos. Bolón estuvo entre los tabaqueros más destacados de su época, y participaba activamente en los reclamos contra medidas que afectaban su actividad. En octubre de 1894 formó parte de la comisión de industriales del ramo que negociaron con el gobierno la aplicación de impuestos internos al tabaco, y en 1897 suscribió una petición de los comerciantes y fabricantes más importantes del mercado oponiéndose al proyecto del Dr. Demaría de estanco (monopolio estatal) del tabaco en el país.

Las primeras solicitudes de registro de marcas que hallamos comenzaron en 1895 con ALMIRANTE y BULL DOG (31 mayo 1895), MANO SANTA (1896), LAS TRES PORTEÑAS y BERSAGLIERI (1897, ambas para tabaco) y LA CORDILLERA en 1898. Considerando las dimensiones y la producción de la firma es probable que haya comercializado varias más. Los ejemplares de BULL DOG y BICHO FEO son de los últimos años del siglo XIX o los primeros del siglo XX, ya que en el precio del producto se encuentra discriminado el monto de los impuestos internos. Los BULL DOG se vendían en carteritas de 20 centavos y los BICHO FEO en paquetes de 10 centavos. Notar en los BULL DOG que el texto en la parte interna está también escrito en inglés, francés, italiano y alemán, indicador de la diversidad cultural existente en la Argentina como producto de la inmigración de fines del siglo XIX. En la marquilla BICHO FEO aparece además una leyenda en portugués y la inscripción "reformados" que indica un cambio en la etiqueta para evitar las falsificaciones.



La actividad de Bolón en el rubro del tabaco cesó en los primeros años del nuevo siglo, tal cual puede verificarse por la desaparición de su firma de las guías comerciales. Desconocemos a quién vendió su negocio, pero hallamos una publicidad a su nombre en el *Almanaque Gallego* de 1902 en donde ofrece sus servicios como corredor de seguros contra incendios. En 1925-1927 actuó como secretario de la Asociación Española de Socorros Mutuos. En 1931 la firma Constantino Bolón y Cía. se dedica a la importación de alimentos y subsiste al menos hasta 1945.[508]

Sociedad Anónima Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo



Otra de las firmas muy importantes entre las primeras tabacaleras argentinas fue La Sociedad Anónima Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo.[509] La poderosa empresa, establecida[510] en 1889 (o en 1887 según otra referencia), tenía un capital de $800.000 en 1895, y acababa de pagar un dividendo del 14% a sus accionistas. El directorio era presidido por Carlos Dorado y tenía entre sus miembros a Andrés Giudice. Su edificio propio, moderno, inmenso, fue construido por los arquitectos Brian y Jáuregui y aún hoy se levanta en el barrio del Once, con frente a Castelli 241 y continuación interna por Perón (Cangallo) 2629 al 75. También poseía oficinas céntricas en Chacabuco 11, esquina Rivadavia. La fábrica del barrio de Once era un edificio de dos pisos. En la planta baja se preparaban y cortaban en distintas máquinas unos 12.000 kilos de tabaco por día que alimentaban 10 cigarrilleras Bonsack capaces de producir diariamente un millón de cigarrillos. La fuerza motriz para mover la maquinaria la proveía un motor a vapor de 60 HP.

Y ya que nombramos a las máquinas para armar cigarrillos, destacamos que El Telégrafo tuvo desde 1891 el monopolio para la Argentina, Chile y Bolivia (y según una publicidad, para toda Sudamérica[511]) de las más modernas cigarrilleras Bonsack, luego de pagar $100.000 por los derechos de exclusividad. Sin embargo la inversión debió ser muy redituable ya que según un comentario periodístico *"los principales fabricantes del ramo la tienen adquirida ya, esperando que la utilidad se hará sensible con el mayor número de máquinas que se coloquen"*. El uso intensivo de las máquinas Bonsack aumentó enormemente la producción de cigarrillos, pero provocó muchos conflictos laborales ya que requerían muy poco personal para su funcionamiento. Por ejemplo, una máquina era atendida por dos obreras, una pesadora y una distribuidora de tabaco en la tela sin fin, y por un hombre que atendía el papel continuo y renovaba los cajones vacíos que recibían los cigarrillos armados. Estos cajones eran recogidos por otros

Sociedad Anònima

Fàbrica Nacional de Tabacos

"El Télegrafo"

Capital integrado: $ 800. 000 m|n

Los cigarrillos mas ricos, mas aromaticos; y preparados con los tabacos mas esquisitos, y estos puros, sin mezcla ni preparacion alguna, son los de la FABRICA NACIONAL DE TABACOS, elaborados con las màquinas Bonrack, ùnicas en la Repùblica y cuyo monopolio posee la Sociedad para todo Sud America.

Prueba de ello la honrosa acogida que el público dispensa à las marquillas:

Dandy, Sport, New-Life, Iuffs-Dorados, Odaliska etc.

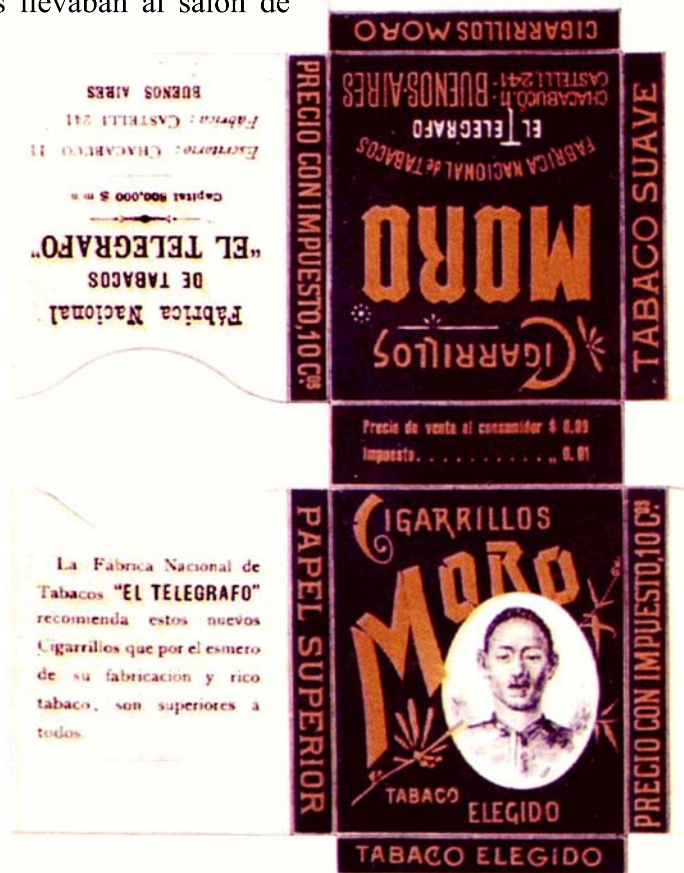
CASA CENTRAL:

Rivadavia y Chacabuco (esquina)

FABRICA:

Calle Castelli, 241

obreros y colocados en un ascensor que los llevaban al salón de empaque. Se ve entonces que con poco más de cinco personas se podían armar mecánicamente unos 100.000 cigarrillos diarios.



En la planta alta estaba el departamento de mezcla, en donde el tabaco se repartía en las proporciones adecuadas para cada clase de cigarrillo, de modo de obtener un sabor y aroma invariable y consistente. En este piso también se realizaba el empaquetado de los cigarrillos (que todavía era manual), mayormente a cargo de unas 250 mujeres, niños y jóvenes, que ganaban $3.50 por cada mil atados empaquetados. Las obreras de mayor destreza podían ganar unos $15 semanales. En otra sección de esta planta estaba el taller de manufactura de cigarros que producía desde calidades económicas elaboradas con tabaco tucumano, hasta finísimos y aromáticos habanos que podían competir con los mejores productos europeos. Las 50 operarias que armaban los cigarros podían elaborar un total de 15.000 unidades cada día.

La firma llegó a tener en su mejor momento un capital de tres millones de pesos empleando no menos 1000 hombres y 600 mujeres, solo en la fabricación de cigarros puros. La misma empresa había registrado a su nombre, bajo cesión de José Fernández el 14 de octubre de 1893 y por 10 años, la patente N° 357: "Mejoras en máquinas para deshacer cigarrillos".

Entre sus marcas más antiguas y acreditadas estaban DANDY y SPORT de 15 centavos el paquete.[512] En 1892 fueron lanzados los DANDICITO y ESPECIALES Nº 41 de 10 centavos y los DANDY VICTORIA de 20 centavos. Otras marcas comercializadas en esta época eran NEW LIFE, IUFFS-DORADOS y ODALISKAS. En 1895 El Telégrafo registra las marcas de cigarrillos JAPONESES, EMPERATRIZ DE JAPÓN, PATRIA, MORO (cuya etiqueta mostramos), CUALQUIERA y de cigarros SANTOS VEGA. Por último durante el año 1896 aparecen los cigarrillos LOS FINOS.

En 1894 Andrés Giudice, quien pertenecía al directorio de la empresa, formó parte de la comisión que se opuso al intento de implementación de impuestos internos al tabaco de producción nacional y esta quizás haya sido una de las causas que llevaron a que en 1899 la Sociedad Anónima Fábrica Nacional de Tabacos El Telégrafo finalizara sus actividades. Ese año Manuel Malagrida adquirió el uso del nombre de la fábrica y varias de sus marcas. Se desconoce qué tipo de arreglo comercial existió entre las empresas, pero Malagrida y luego la Compañía Argentina de Tabacos continuaron con la producción de marcas como MORO, DANDICITO, SPORT y LOS FINOS. Por otro lado La Hija del Toro adquirió los talleres de El Telégrafo en la calle Cangallo para la producción de sus productos de cigarrería. Desde 1913 serían utilizados por la Compañía Tabacalera Argentina y a partir de 1920 por Donato Didiego y Piccardo.

FABRICA NACIONAL

DE TABACOS

EL TELÉGRAFO

Ofrecemos á nuestra numerosa clientela TRES nuevas marquillas de cigarrillos, cuya excelencia no dudamos sabrán apreciar:

DANDICITO con exquisito tabaco, á 10 centavos paquete.

DANDY VICTORIA con rico habano, á 20 centavos paquete

ESPECIALES N. 41 hebra y picadura á 10 cts paquete

Recordamos al público nuestros antiguos y acreditados cigarrillos

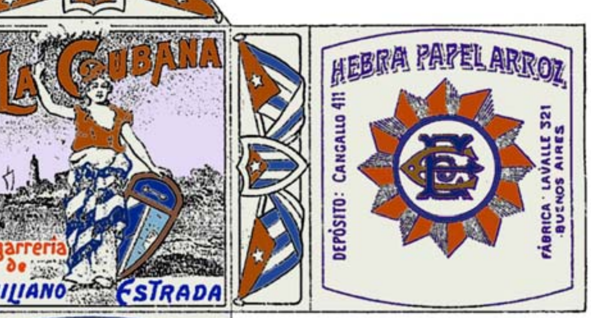
DANDY Y SPORT

A SOLO 15 CENTAVOS PAQUETE

CASA CENTRAL

RIVADAVIA Y CHACABUCO

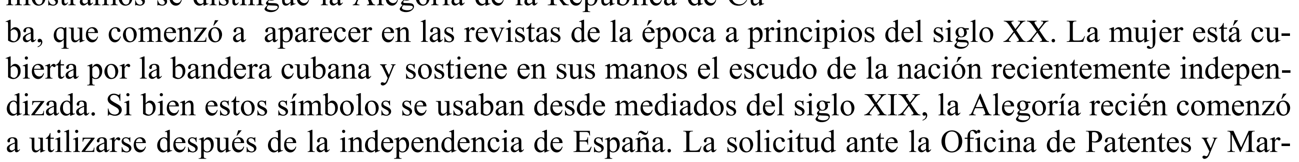
La Cubana de Emiliano Estrada



A diferencia de la gran mayoría de los inmigrantes que se dedicaron a la industria del tabaco en la Argentina, Emiliano Estrada no era europeo, sino cubano. Según los datos del censo de 1895, contaba entonces con 42 años, era soltero y su oficio era el de cigarrero. Su domicilio estaba en la sección policial 5º, subdivisión 17, ubicado dentro del rectángulo delimitado por las avenidas Rivadavia y Córdoba y las calles Libertad y Rodríguez Peña, en la Ciudad de Buenos Aires. Esta antigua fábrica de cigarrillos se fundó aproximadamente en 1874, en la misma época en la que se establecieron otras grandes cigarrerías como La Proveedora, La Popular, La Abundancia, La Vencedora o La Fortuna. Considerando el país de origen de Estrada, su fábrica no podía llamarse de otra forma que La Cubana. La fábrica y venta al público estuvo originalmente en Cangallo (Perón) 43 y Pasaje del Teatro Argentino 1-2. Este pasaje, hoy desparecido, se encontraba en la esquina noroeste de Reconquista y Teniente General Juan Domingo Perón. Fue edificado 1873 por su propietario Melchor G. Rams y recordaba con su nombre al primer teatro rioplatense/argentino que fue inaugurado allí en el año 1804.[513] Luego del cambio de numeración de las calles de Buenos Aires en 1887 y hasta que la firma fue absorbida por la C. A. T. la oficina comercial de La Cubana estuvo en Cangallo 411, con sucursal en Lavalle 321 en donde funcionaron los talleres de elaboración de tabaco hasta 1912.

Hacia 1905, en la misma dirección de Lavalle 321, hallamos a Carlos Jensen quien elaboraba los cigarrillos REINITAS de 21 unidades por 20 centavos bajo el nombre de La Cubana.

La manufactura de Estrada se destacó por elaborar productos de excelente calidad entre los que resaltó su marca LA CUBANA. En la imagen artificialmente coloreada que mostramos se distingue la Alegoría de la República de Cuba, que comenzó a aparecer en las revistas de la época a principios del siglo XX. La mujer está cubierta por la bandera cubana y sostiene en sus manos el escudo de la nación recientemente independizada. Si bien estos símbolos se usaban desde mediados del siglo XIX, la Alegoría recién comenzó a utilizarse después de la independencia de España. La solicitud ante la Oficina de Patentes y Marcas fue realizada por Estrada el 03 de enero de 1903 (acta Nº 11346) lo que implica que debe existir alguna marquilla más antigua con otro diseño. Notar también el breve lapso de tiempo en el que los hechos político-históricos eran utilizados comercialmente.



En el año 1913, cuando La Cubana ya estaba en poder de la C. A. T., se renovaron los derechos sobre la marca conservando el diseño de 1903, pero el 20 de julio de 1916 se modernizó la marquilla desapareciendo la totalidad de la simbología republicana. En la etiqueta puede apreciarse el nombre de E. Estrada, pero ya figura a dirección de Humberto 1º 2051 donde la C. A. T. había centralizado su producción.





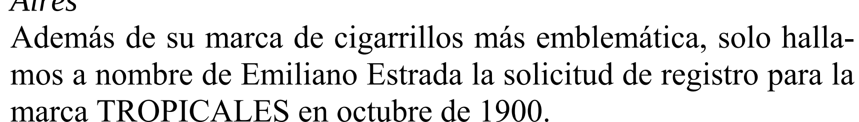
En las publicidades[514] de estos cigarrillos se puede percibir claramente el segmento del mercado al que estaba dirigido el producto.

Todos aquellos fumadores que desean fumar cigarrillos de calidad superfina -lo mejor que existe, lo mejor que se puede fabricar- y que están dispuestos a pagar el precio que corresponde a esta calidad, son fumadores de LA CUBANA. Al decir simplemente que LA CUBANA son cigarrillos buenos, no es ser suficientemente explícito; al decir que son infinitamente superiores a los de cualquier otra marca, sea cual sea el precio a que éstos se venden, no es decir más que la pura verdad. La gran venta de LA CUBANA, alcanzada con casi ninguna propaganda, es el resultado natural de su calidad superlativamente fina. Son los predilectos de las personas cuyos medios les permiten fumar lo mejor.

En las grandes residencias de los ricos, en los Clubs aristocráticos y en todas partes donde el buen gusto se cultiva y exige lo mejor, los cigarrillos La Cubana son los predilectos. Solamente el tabaco más fino y costoso -tabaco puro de La Habana, elegido con sumo cuidado- ha sido adoptado para la elaboración de LA CUBANA. Cada detalle de su fabricación es siempre escrupulosamente vigilado. Se emplea únicamente papel de arroz de primera calidad. Es por estos motivos que los cigarrillos LA CUBANA tienen aquel encanto especial, aquel sabor sutil sugestivo más que pronunciado que tanto agrada al paladar refinado. No existen mejores cigarrillos. Son un verdadero placer para el que los fuma y un deleite para aquellos que no hacen sino sentir su agradable fragancia. E. ESTRADA y Cía. Buenos Aires







Además de su marca de cigarrillos más emblemática, solo hallamos a nombre de Emiliano Estrada la solicitud de registro para la marca TROPICALES en octubre de 1900.

Como ya mencionamos, la fábrica La Cubana fue adquirida por la Compañía Argentina de Tabacos a principios del año 1912. Hacia 1918 se seguían produciendo las marcas LA CUBANA en las presentaciones de 20, 25, 30 y 40 centavos (la de 30 centavos en paquetes de 16 cigarrillos) y PIPIOLOS de 15 cigarrillos armados o para armar por 20 centavos y de 16 cigarrillos por 30 centavos.

LA CUBANA fue posteriormente producida por Piccardo y Cía. hasta por lo menos 1935, según consta en la *Guía de Marcas de Industria* de ese año. En la marquilla puede distinguirse el logo de la Compañía Argentina de Tabacos, pero la dirección de la calle San Juan 350 es signo inequívoco de que ya era fabricada por Piccardo.

La fábrica de cigarrillos de Ángel Villagrán

Este complejo industrial[515] fue probablemente uno de los primeros de gran envergadura que comenzó a funcionar en el interior de la Argentina. La fábrica de cigarrillos de Ángel Villagrán se instaló en la provincia de Salta y quizás fue la primera fábrica de cigarrillos del país que también contaba con sus propias plantaciones de tabaco, en la localidad de Chicoana. Su fundador fue Don Ángel Sidai Villagrán Escobar,[516] nacido en Catamarca en 1843 y fallecido en Salta el 6 de setiembre de 1921. Tuvo una larga militancia en el radicalismo salteño, siendo muy amigo del gobernador Joaquín Castellanos. Fue dueño de fincas en Chicoana, La Viña y El Tabacal en Orán, esta última luego vendida a su sobrino Robustiano Patrón Costas. Don Ángel se casó en primeras nupcias con Edelmira Reto Ovejero (cuatro años menor que él y con quien tuvo siete hijos) y, luego de enviudar, se casó nuevamente con Ramona Guzmán. Doña Ramona, como se la conocía familiarmente, continuó a cargo de la empresa familiar cuando falleció su esposo. La familia Villagrán se componía de los hijos del primer matrimonio de doña Ramona con Ángel Villagrán: Juan Ángel, Eduardo y Elina, y los del segundo matrimonio con Guillermo Villagrán (fallecido a los 87 años), María del Carmen y José Guillermo. También se crió junto a ellos Teresa, hija de un hermano de doña Ramona. El establecimiento comenzó a funcionar en 1870, según se detalla en las marquillas de sus cigarrillos.



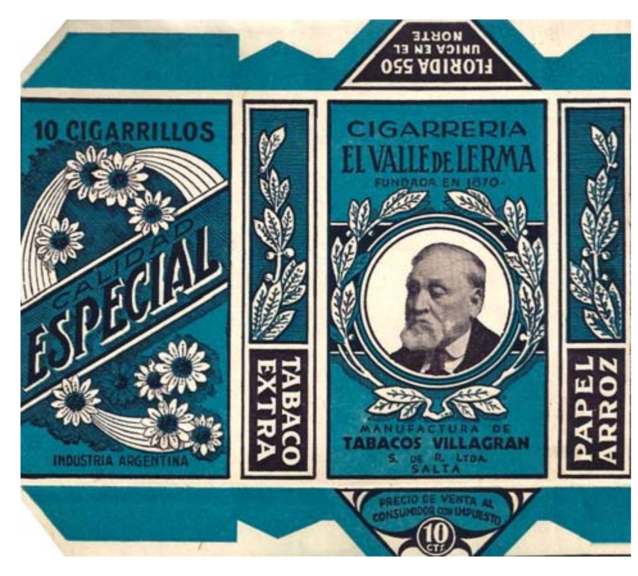


La primera dirección en la que funcionó la fábrica, bajo el nombre de Cigarrería El Valle de Lerma, es Florida 177. Allí permaneció al menos hasta 1911. En el domicilio de Florida 550 la firma pasó a llamarse Manufactura de Tabacos El Valle de Lerma. En 1922 cambió a Sucesión de Ángel S. Villagrán, y luego, desde 1938, a Manufactura de Tabacos Ángel Villagrán SRL. En muchas de las marquillas y publicidades se autodenomina como la única cigarrería de Salta, lo cual no es cierto, como ya veremos.

La fábrica producía distintos tipos de cigarrillos entre los cuales estaban la variedad FUERTES (registrada en 1901) y la INDUSTRIAL, que eran de tabaco negro y se vendían a 10 centavos. Esta última venía

en formato de carterita decorada con un retrato del fundador de la firma y un fotograbado con distintos rostros de mujeres. El primer registro que hallamos de los INDUSTRIAL es del 10 de octubre de 1902 y le correspondió el acta Nº 11053.

La variedad ESPECIAL era de calidad intermedia y originalmente tenía un precio de 15 centavos, aunque a mediados de la década de 1930 se vendían por 10 centavos. La marquilla de color rojo es de fines de los años 30, pero tiene un diseño similar a la registrada en las décadas previas. Los cigarrillos VIRGINIA (o VIRGINIA EXTRA) estaban elaborados con ese tipo de tabaco rubio claro, suave y de muy buena calidad, costando originalmente 25 centavos el atado. La imagen de la marquilla que mostramos es de fines de la década de 1920, cuando los atados ya traían 12 cigarrillos, se vendían por 30 centavos y eran fabricados por los sucesores de Ángel Villagrán. La firma además elaboraba tabaco picado totalmente de origen nacional en paquetes de 100 gramos para el armado de cigarrillos a mano, de consumo generalizado sobre todo por la gente de campo y en lugares retirados del poblado. Se producían las variedades peluquilla, despalillado, alemán especial, alemán hebra y Virginia.





La producción de la manufactura de Ángel Villagrán salía con destino no solo a las provincias vecinas como Catamarca, La Rioja, Chaco, Formosa, Tucumán o Santiago del Estero, sino que también llegaba a ingenios azucareros, establecimientos mineros, y hasta las estancias del sur de la provincia de Buenos Aires.

El proceso de fabricación, que se realizaba en los talleres de la calle Florida 550, comenzaba después de cosechado el tabaco e ingresado a la fábrica con los siguientes pasos: primero las hojas eran lavadas y remojadas para devolverle su flexibilidad natural e impedir el resquebrajamiento cuando se procedía al despalillado (que consiste en sacar a mano el tallo y nervio central de la hoja). Del despalillado se pasaba a una centrifugadora para extraerle el exceso de humedad. Luego se utilizaban unos



cilindros giratorios horizontales de un metro de diámetro por cinco o seis de largo aproximadamente para su secado por medio de vapor caliente producido por una caldera alimentada a leña. Por último el tabaco limpio y despalillado se trasladaba a una máquina guillotinadora de donde salía convertido en finas hebras, listo para alimentar a las máquinas cigarrilleras.

Para conseguir un sabor y color distintivos y poder competir con otras marcas, el detalle más importante está en la mezcla de distintos tipos de tabaco, caso contrario todos serían de sabores similares y solo se diferenciarían por ser fuertes o suaves. En la zona tabacalera de Salta se producían tabacos de muy buena calidad, sabor y aroma de los tipos Criollo, Burley y Virginia, que se mezclaban con otros productos para darle las características propias a cada marca. Un agregado usual era la miel de abeja que llegaba a la fábrica en tambores metálicos de 200 litros.

A comienzos de la década de 1930 la empresa incorporó una moderna máquina cigarrillera y empaquetadora en la que se colocaba el tabaco ya procesado por un lado, el rollo de papel especial exclusivamente para cigarrillos en otro, y las marquillas impresas -en la Compañía General de Fósforos en Buenos Aires- en un tercer compartimento. Por el extremo opuesto de la máquina salían los paquetes cerrados listos para su distribución y consumo. El equipo, que podía ser atendido por un único operario, se importó desde Alemania y fue instalado por un técnico de nombre Erik Valbe quien no entendía nada de nuestro idioma.

Al fallecer Ángel Villagrán en 1921, su esposa Ramona se transformó en la organizadora de todos los movimientos que se realizaban en la fábrica, comunicándose por teléfono con los encargados de la finca en Chicoana, para informarse sobre el estado de los cultivos y cosecha del tabaco.

Juan Ángel, el mayor de los hijos, heredó la fábrica al fallecer su padre y continuó durante varios años con la actividad tabacalera. La administración general de la fábrica quedó a cargo del contador Manuel R. Guzmán, los auxiliares Humberto Davis, Carlos Revuelto y otros empleados más.

En 1938 la familia Villagrán vendió la fábrica a Amancio Insaurralde y se trasladó a una de sus propiedades en la calle San Martín al 100. Insaurralde fue un empresario misionero que llevó adelante la empresa hasta el año 1955 en que finalmente se liquidó. Las marcas comerciales ALABAMA, VICUÑA, HURACÁN, TEHERÁN y BARLOW son algunas de las que registró esta firma que se distingue por la leyenda Cert. A 661 que aparecía en sus etiquetas.

La familia Villagrán se destacó por las contribuciones que realizaba a los pobladores de bajos recursos, ya sea a través del padre Juan, cura titular de la iglesia La Viña, ubicada en Alberdi esquina San Juan, o directamente los sábados a la mañana cuando entregaba unos cuarenta cigarrillos sueltos a todo hombre mayor que por su apariencia denotara pobreza. Doña Ramona ayudó a mucha gente humilde y amadrinaba a más de 60 niños en Salta y Chicoana.

Este resumen de la fábrica salteña de cigarrillos fundada por Don Ángel Villagrán queremos finalizarlo con los versos ideados por el notable escritor de canciones populares Arturo Dávalos,[517] en una lírica que parodia la zamba *La López Pereyra*, considerada por muchos como el himno salteño. Con estas estrofas Dávalos quiso hacer justicia con Artidorio Cresseri, quien fue el autor original de la melodía en 1901 y que luego fuera "apropiada" por el músico e investigador del folklore argentino Andrés Chazarreta,

Yo canto de este modo
porque mi'e olvidau la letra
pero lo que no me olvido sí,
es el robo de Chazarreta.
Esta zamba es más salteña
que el cigarrillo de Villagrán
y tiene sabor a coca
y a cacharpaya de carnaval.



Camioneta de reparto de la fábrica de cigarrillos y tabacos Villagrán.

Cigarrería del Plata de los hermanos Ghigliassa

Segunda época
NO OLVIDARSE DE PASAR
POR LA ESPLENDIDA Y MAGNIFICA
CIGARRERIA DEL PLATA
DE
GHIGLIASSA HERMANOS
2 CALLE FLORIDA 2
ESQUINA RIVADAVIA
Buenos Aires

A pesar de que su apellido sugiere origen italiano, la familia Ghigliassa emigró a la Argentina desde Gibraltar, en Inglaterra. En los distintos censos que se realizaron en el país se registraron al menos a tres personas con el mismo apellido provenientes de esa región: Ángel (nacido en 1835), José (1840) y Domingo (1847). Sabemos con seguridad que Ángel llegó en 1855 y José al menos antes de 1866, cuando nació el primero de sus seis hijos. No hemos podido comprobar si existía algún parentesco directo de Ángel con José y Domingo, pero sí hemos hallado actas de bautismo en donde Domingo apadrinó a los hijos de José, lo que es un fuerte indicio de un parentesco cercano. Los primeros datos[518] de los hermanos Ghigliassa en el rubro del tabaco son del año 1864 donde ya aparece su cigarrería situada en la esquina de Florida 2 y Rivadavia 127. En el censo de 1869 Domingo Ghigliassa fue asentado con domicilio en Florida 2 junto a Pedro Salaverry, de 15 años, inglés y dependiente, y a un peón cigarrero. La razón social Ghigliassa hermanos continuó figurando en las distintas guías comerciales hasta 1885 (muchas veces escrita con distinta ortografía), siempre en el mismo domicilio de Florida y Rivadavia. Este sitio sería ocupado sucesivamente por Chacón y Celery hasta casi fines de la década, y desde mediados de la década siguiente por la Cigarrería de Londres de Adolfo Villalba.

CIGARRERIA DEL PLATA
SEGUNDA EPOCA
LA NON PLUS ULTRA
FABRICA DE CIGARRILLOS
Esquina Calle Florida Rivadavia
Nº2
BUENOS AIRES
GHIGLIASSA Hnos

Tanto en un aviso[519] del año 1876 como en la marquilla que presentamos, se menciona una "segunda época" de la Cigarrería del Plata, lo que sugiere que llevaba varios años de actividad, pero no en forma continuada. La sencilla etiqueta monocromática de esta fábrica de cigarrillos "non plus ultra" era impresa por la Litográfica Turdera y Cía., también ubicada sobre la calle Florida.

La marquilla de EL CRIOLLO fue producida por la Cigarrería del Plata a comienzos de la década de 1880, pero a diferencia de la anterior, en ella solo figura el nombre de José Ghigliassa. En este caso la variedad cromática es mucho más rica y el diseño significativamente más elaborado. Este ejemplar fue impreso por la



Litografía Madrileña, con talleres en Alsina 257. Los cigarrillos estaban confeccionados con tabaco tipo habano fuerte (seguramente del país) y se utilizaba papel de maíz, de calidad inferior al papel de arroz.
Desconocemos por qué el nombre del menor de los Ghigliassa desapareció de la razón social de la firma, pero puede corroborarse que para la misma época las publicidades[520] de los excelsos cigarrillos habanillos PURO HILO de la Cigarrería del Plata solo tenían el nombre de José.
Don José Ghigliassa, al igual que muchos de los tabaqueros de la época, fue un impulsor de la agremiación industrial. Participó activamente en el Club Industrial Argentino siendo secretario gerente de *El Industrial*, el órgano de prensa de la agrupación creada en 1876 y que existiera hasta 1887, cuando el Club Industrial se amalgamó con el Centro Industrial para formar la Unión Industrial Argentina. Como dato indicativo de la actividad de Ghigliassa en defensa de la industria local, destacamos su participación[521] en la protesta realizada en 1878 contra la aprobación de una ley que fijaba nuevas tasas para el tabaco, los naipes y el licor. Ghigliassa fue el presidente del comité que organizó el 19 de diciembre una marcha de unas 50.000 personas. Al llegar a la Plaza San Martín, otro cigarrero, José Daumas, leyó un petitorio a la multitud en donde solicitaban que se anulara la ley, y pasado el mediodía fue llevado a la cámara de Diputados. La protesta fue efectiva y la medida fue derogada.

Cigarreria del Plata
2-Florida-2
Esquina Rivadavia
EXCELSOS CIGARRILLOS HABANILLOS
PURO HILO
Tabaco habano
—
SIN RIVAL
Por su clase extra
Por su esquisita aroma
Por su limpieza
Por su envase especial
Por su etiqueta de lujo
Por su pureza
Por su paladar y fragancia
Pruébenlos!! Pruébenlos!!
Depòsito de cigarros habanos
José Ghigliassa
-Calle Florida-2

José Ghigliassa
Tiene el honor de invitar á su antigua y numerosa clientela á probar los cigarrillos negros, hebra y picadura, que expende la cigarrería del Telégrafo, marca «El Negrito», especiales, de tabacos puros del Brasil. Cigarreria del Telégrafo, Rivadavia esquina Chacabuco.
176 30p j12.

José Ghigliassa siguió ligado a la actividad tabacalera al menos hasta 1892. En esta época fabricaba los cigarrillos EL NEGRITO especiales, elaborados con tabaco puro de Brasil, que se vendían en la Cigarrería del Telégrafo, de Rivadavia esquina Chacabuco.[522]
Incluimos en esta descripción a la Cigarrería La Esperanza de Pedro Salaberry (o Salaverry) padre e hijo. Ambos eran de Gibraltar y tenían relaciones familiares cercanas con los Ghigliassa ya que Pedro hijo era dependiente de la Cigarrería del Plata en 1869 y María G.(higliassa?) de Salaverry fue madrina de uno de los hijos de José Ghigliassa. La cigarrería de los Salaverry existió con seguridad desde 1864 con dirección en Bolívar 26 (que era el domicilio familiar) aunque es posible que ya existiera en 1855 pues en el *Anuario General del Comercio* de ese año hallamos[523] un registro de un tabaquero llamado Pedro Salaveri. La manufactura funcionó luego en Moreno 114 vendiendo los cigarrillos EL PINGO, y hacia 1880 estaba en Perú 211 con Pedro hijo incorporado a la actividad familiar, tal cual aparece reflejado en la marquilla de LA ESPERANZA.



La Catedral, primera marca registrada de cigarrillos

Cigarrillos Negros
DE
LA CATEDRAL

Ponemos en conocimiento de los fumadores del cigarillo de nuestra fabrica, que desde esta fecha los atados de a un peso llevaran Nueve Cigarillos en vez de Ocho, siendo su tabaco como siempre de especial calidad y de las Marcas mas acreditadas del Brasil

Siendo la especialidad de esta fabrica la elaboracion del cigarillo negro, prestamos una preferente atencion a que todos los materiales sean de primera clase y fabricados especialmente para la casa, unico medio de obtener continuamente un cigarillo de la misma fortaleza, aroma y paladar, como hace ya treinta años lo tenemos acreditado.

B. Aires, 21 de Noviembre 1881
FRANCISCO OLIVERO y Cia
Calle San Martin 6
Frente a la Catedral

En el año 1851 se establece la cigarrería La Catedral de Francisco Olivero, que perdura hasta fines del siglo XIX. Según los datos del censo de 1895 Olivero era de origen español y figura con 64 años de edad, por lo que habría nacido en 1830/31. Se declaraba viudo y en la ficha censal no aparece ningún otro nombre que pueda asociarse con algún pariente cercano. Ya en 1855 el establecimiento aparece situado[524] en la calle San Martín 6, frente a la Catedral metropolitana. En la esquina de Rivadavia y San Martín había un edificio de tres pisos[525] cuya planta baja, por Rivadavia, ocupaba la confitería Buenos Aires, de J. M. Lacalle, y por San Martín la cigarrería de Olivero. En 1879 la fábrica se había extendido a San Martín 4-12, con comunicación a Rivadavia 77. Según la guía Kunz[526] de 1885, Olivero era dueño de todas estas propiedades, incluyendo las alquiladas a otros comercios y para entonces la cigarrería La Catedral ya era administrada por Francisco M. Ibarra. La esquina de San Martín y Rivadavia fue demolida a fines de 1912 con motivo del trazado de la avenida Presidente Roque Sáenz Peña. A fines de la década de 1880 la cigarrería debe cerrar sus talleres en el centro de la ciudad debido a las molestias que causaba en el vecindario una máquina picadora de tabaco a gas y la humedad residual del tostado mecánico.[527]
La publicidad[528] del año 1881 es de la misma época que la marquilla que presentamos. Allí se indica que el precio de venta del atado de nueve "patrióticos" e "inmejorables" cigarrillos de LA CATEDRAL era de un peso moneda corriente, equivalente a cuatro centavos moneda nacional. También se menciona que la firma lleva treinta años en el rubro del tabaco.



El registro de la primera marca de fábrica en la Oficina de Patentes de Invención y Marcas de Fábrica de Comercio y de Agricultura de la Argentina se otorgó en el 27 de octubre de 1876. El Nº 1 le correspondió al bitter estomacal HESPERIDINA, aún hoy en venta luego de casi 150 años, fabricado por Melville Bagley. La manufactura de Francisco Olivero tiene la particularidad histórica de ser la primera en registrar una marca comercial de cigarros y cigarrillos en el país. La marca LA CATEDRAL se inscribió[529] como correspondiente a una fábrica de cigarrillos de tabaco negro y le fue asignado el registro Nº 9. La solicitó el 13 de octubre de 1876 Don Faustino Ibarra, para Don Francisco Olivero, de quien presentó poder general en debida forma. La marca contenía un grabado representando la Catedral de Buenos Aires con la leyenda: "Cigarrería de la Catedral, Francisco Olivero, San Martín Nº 6, frente a la Catedral, Buenos Aires, Legítimo: F. O." Olivero venía usando la marca desde años atrás para distinguir sus cigarrillos por lo que le fue rápidamente concedida el 21 de noviembre de 1876 por un período de 10 años.

Cigarrería El Águila, de José Antonio Alonso



La manufactura El Águila fue fundada por J. A. Alonso, uno más de los tantos inmigrantes que se dedicaron al rubro del tabaco en nuestro país. En la marquilla EL ÁGUILA del año 1880 que mostramos se reproduce una medalla del año 1877, cuando Alonso obtiene un premio de primera clase al trabajo en la exposición del Club Industrial, que comenzó el 15 de enero de ese año. Este dato, junto con el registro de la marca a nombre de José Alonso el 28 de julio de 1877 (bajo el acta Nº 70), son los más antiguos que encontramos de esta firma. La fábrica y depósito por mayor y menor de tabacos habanos El Águila también elaboraba la marca de cigarrillos EL PROGRESO.



El apellido Alonso[530] es muy común, y no fue posible determinar con certeza los datos del fundador de El Águila, sin embargo, uniendo distintas fechas, datos censales, bautismos y los avisos en las guías comerciales, es muy posible que se trate de José Antonio Alonso, nacido en España en 1848 y que en 1895 se declara como "rentista", es decir vive del alquiler de sus propiedades. Alonso estaba casado con Amalia Piñeyro, once años menor que él, con quien tuvo al menos cinco hijos. El indicio más relevante que justifica la elección de esta persona es que el apellido de uno de los cigarreros que en 1888 continuó con su negocio coincide con el de su esposa, sugiriendo algún vínculo familiar.

La cigarrería El Águila tenía domicilio en la calle Bolívar 39-51, a metros de la Plaza de Mayo. El local era propiedad de José Gregorio Lezama, comerciante agropecuario, hacendado, empresario, político, mecenas y filántropo argentino, descendiente de hidalgos coloniales, a quien debe el nombre el Parque Lezama, ubicado en el barrio porteño de San Telmo. Como dato anecdótico, en 1885 la cigarrería El Águila poseía la línea de teléfono Nº 53 de la empresa Gower-Bell, solo cuatro años después de que se instalara el primer teléfono en el país. Si bien Alonso alquilaba su local céntrico, era dueño de la propiedad de la calle Chile 170-176 esquina Perú, en donde funcionaba un almacén al menudeo.

Tal cual mencionamos,[531] Alonso fue sucedido por Piñeyro, Pujada y Cía. en 1888 (Bolívar 115 de la nueva numeración, casi esquina Yrigoyen). En 1891 y hasta 1897 figura[532] en esa dirección la cigarrería de La Rocha y Cía. y desde 1902 Vicente Naya.

EL AGUILA
GRAN CIGARRERIA Y FÁBRICA
DE PIÑEYRO PUJADAS Y Cª
Sucesores de J. ANTONIO ALONSO
BOLIVAR 115 (NUEVO) --BUENOS AIRES

Especialidad en HABANILLOS elaborados con puro tabaco habano. Son los mas acreditados por lo suave y aromáticos.
Se recomiendan por las mismas condiciones los Cigarrillos armados, fabricados á máquina, conocidos por los Elegantes del Aguila.
Se venden en las cigarrerías, cafés, hoteles y almacenes del Rosario. 2113 - Mz 25 - P

La Guerra del Paraguay en la Industria Tabacalera



Ya hemos mencionado el acontecimiento histórico de la Guerra del Paraguay, o de la Triple Alianza, que se desarrolló entre 1864 y 1870. Mostramos los productos de varios fabricantes que reflejaron este sangriento conflicto ilustrando las caras internas de sus marquillas con escenas de la Guerra en series coleccionables. Este conflicto fue el más trágico[533] ocurrido en América del Sur y dejó alrededor de 500.000 muertos entre paraguayos, brasileños, argentinos y uruguayos. De nuestro país se estima que murieron unos 50.000 militares y civiles, además de una cifra similar de heridos e inválidos de guerra. La guerra puso en evidencia la deficiente situación hospitalaria del país para atender a los heridos, por lo que un grupo de estudiantes universitarios liderados por José C. Paz organizó la Asociación Protectora de Inválidos, compró ambulancias, adiestró enfermeros, recolectó fondos, acordó con la capitanía de puertos que se anunciara con una salva de cañones la llegada de heridos en la contienda y fundó el semanario *El Inválido Argentino*, precursor del diario *La Prensa*, con informaciones sobre la guerra y sus víctimas.



En 1867 el Gobierno de Buenos Aires le destinó el solar de la "Convalecencia", contiguo al Hospicio de San Buenaventura, y Adolfo Alsina, Gobernador de la Provincia, colocó en 1868 la piedra fundamental del Hospicio de los Inválidos Militares creado por medio de una colecta pública. En 1881, bajo la intendencia de Torcuato de Alvear, la Municipalidad de Buenos Aires se hizo cargo del mismo. En 1884 se le otorgó la jerarquía de Hospital y en 1887 se destinó a la atención de pacientes con afecciones comunes como Hospital Mixto de Inválidos. En 1892 recibió el nombre de Hospital Dr. Guillermo Rawson.

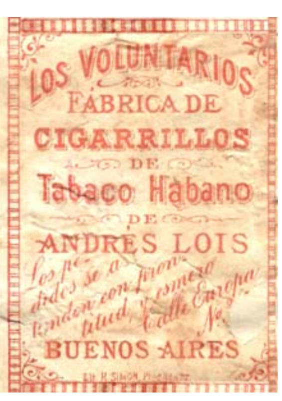
La marquilla EL INVÁLIDO fue producida en 1880 por Gregorio Delgao[534] quien, según datos de las guías de comercio, estuvo en el ramo del tabaco desde comienzos de la década de 1880 hasta aproximadamente 1903. Ocupó locales en Artes 190, Cuyo 253-257 y Esmeralda 223. Los cigarrillos EL INVÁLIDO ARGENTINO eran fabricados por Emilio López, con escritorio en Montevideo 202 y depósito en Corrientes 601. Ambos ejemplares son fiel reflejo de las nefastas consecuencias humanas que ocasiona cualquier guerra.



Este conflicto fue muy impopular en nuestro país en donde, salvo en ciudades como Buenos Aires o Rosario, hubo un gran rechazo a pelear contra los paraguayos. Sucesivas rebeliones en muchas de las provincias provocaron que la Argentina participara casi nominalmente en los dos últimos años de la contienda. El sentimiento de fraternidad con Paraguay se refleja en la marquilla de CHE RAABA CHE RECA (expresión guaraní) fabricada por Zambonini hermanos, manufactura inaugurada en 1872 con domicilio[535] en Florida 282. Esta manufactura funcionó al menos hasta comienzos de la década de 1880 (fecha aproximada de la marquilla) y se caracterizó por utilizar tabaco paraguayo en sus productos, lo que le valió una mención honorífica en la Exposición Industrial de 1877.







La fábrica de cigarrillos de Andrés Lois, situada en la calle Europa (actual Carlos Calvo), registró y elaboró los cigarrillos LOS VOLUNTARIOS. La marquilla era impresa por Enrique Simón en su litográfica situada en Piedad 77. La denominación de estos cigarrillos probablemente estuvo relacionada con las tropas voluntarias que alistó nuestro país en la Guerra del Paraguay.[536] Como ya indicamos, este conflicto fue muy impopular en el interior del país y los paisanos de las provincias, que voluntariamente habían respondido a la convocatoria de los caudillos provinciales, no querían participar de una guerra que no sentían como propia. La gente del interior estaba afectivamente más cercana al pueblo paraguayo que a los porteños o a los brasileños. Desertaban y se levantaban en contra del poder central. Aun ofreciendo un pago, hubo muy pocos que se ofrecieran para formar parte de las milicias. A los gobernadores que respondían al presidente Mitre no les quedó otra opción que reclutarlos en forma "voluntaria", lo cual implicaba literalmente cazarlos y enviarlos de manera forzada a la zona del conflicto. Para reflejar la resistencia que existió en enfrentar a los paraguayos suele ponerse el ejemplo del gobernador Maubecin, de Catamarca, quien encargó doscientos grilletes para los "voluntarios" de la guerra del Paraguay. La factura del herrero al que le hicieron el encargo aún se conserva en el archivo histórico.

Lamentablemente hallamos muy pocos datos sobre la presencia de Andrés Lois en nuestro país. Es posible que se trate de un inmigrante español, nacido alrededor de 1840 y que vivió en la zona de Barracas al Sud dedicándose al comercio, según el censo del año 1869.

Afortunadamente sí hallamos información sobre un Andrés Lois cigarrero que estuvo dedicándose a la actividad tabacalera en la ciudad de Montevideo. Su cigarrería llamada La Yberia, o también La Iberia, funcionó[537] al menos desde 1880 y hasta 1889, y ya no figura en el *Anuario de Comercio* de 1894. El nombre de los cigarrillos es muy sugestivo sobre el país de origen de su dueño. Lois fue presidente de la Asociación Liga Industrial de Uruguay[538] en el año 1882, tal cual se desprende de una carta enviada a una personalidad destacada del momento nombrándolo presidente honorario de la asociación. Esta entidad, equivalente al Club Industrial de la Argentina, fue fundada en 1879 y agrupó a los incipientes industriales del otro lado del Río de la Plata.



¿Se trata del mismo Andrés Lois? El nombre es poco habitual y solo hay dos registros censales en nuestro país y ninguno en Uruguay para Andrés Lois. Sería entonces mucha casualidad que dos personas con el mismo (e infrecuente) nombre se dediquen a la misma actividad en la misma época. Si se tratara del mismo Andrés Lois las evidencias parecen indicar que estuvo primero en Buenos Aires y que luego desarrollo su actividad en Montevideo, aunque también es posible que al menos por un tiempo haya sido en forma simultánea. Hallamos también que Francisco Canga figura en las *Guías Kunz* de 1885 y 1886 con su cigarrería en Buen Orden 73 de Buenos Aires, y entre 1880 y 1888 aparece en el *Anuario de Comercio* como cigarrero situado en la calle Treinta y Tres Nº 133 en Montevideo, muy cerca de la cigarrería de Lois, fabricando los cigarrillos EL ROMPECABEZAS. Al final de este capítulo reseñaremos la vida de Francisco Brabo, quien también se dedicó a la actividad tabacalera en ambas orillas del Río de la Plata.

La Sin Nombre, de Gerónimo J. Etchart

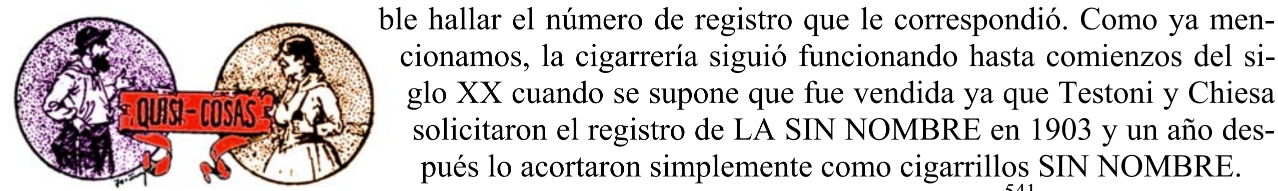
Este inmigrante de origen vasco-francés fue el fundador de la fábrica de cigarros y cigarrillos La Sin Nombre, con domicilio en la esquina de Florida y Piedad, donde había funcionado la Cigarrería Francesa de Juan Brisson. La dirección aparecía indistintamente como Florida 56-62-78-80 (Florida 100, luego de 1887) o bien Piedad 178-182 (Piedad 502 a 610). En las distintas guías de comercio figura el apellido Etchart desde 1880 hasta 1903, aunque la cigarrería comenzó a funcionar por lo menos en 1879, según el aviso[539] que mostramos del periódico *La Aurora*. La Sin Nombre se definía como una casa introductora de artículos franceses para fumadores. Se especializaba en habanos y cigarrillos hebra y vendía tabaco caporal, rapé, pipas, boquillas, además de papel de arroz y maíz para armar cigarrillos.



Según el censo de 1869 Gerónimo Etchart contaba con 28 años (nació en 1840/41), era soltero y de oficio cigarrero. Vivía en Piedad 48 junto con varios miembros de la familia Piccaluga, probablemente de ascendencia italiana, pero de nacionalidades uruguaya y argentina. Etchart se casó con Luisa Piccaluga con quien tuvo 9 hijos. Los Piccaluga también se dedicaron a la manufactura de tabaco[540] desde aproximadamente1853/54 con local en San Martín 15 (1878-80) y luego en Rivadavia 512 (1894-1903). En 1880 Luis Piccaluga registró la marca AL BUEN FUMAR bajo el acta Nº 457.



La marquilla de LA SIN NOMBRE que presentamos es de comienzos de la década de 1880 y se infiere que existieron varias presentaciones distintas pues la elaborada con tabaco Habano extra flor llevaba el número 9. Etchart inscribió a La Sin Nombre como marca de fábrica, aunque no fue posible hallar el número de registro que le correspondió. Como ya mencionamos, la cigarrería siguió funcionando hasta comienzos del siglo XX cuando se supone que fue vendida ya que Testoni y Chiesa solicitaron el registro de LA SIN NOMBRE en 1903 y un año después lo acortaron simplemente como cigarrillos SIN NOMBRE.



Ahora hemos, es decir, han descubierto un nuevo género de estafa. Unos individuos que venden paquetes de cigarrillos de «La sin nombre» á precio tan bajo, que muchos almaceneros de los suburbios han hecho grandes provisiones.

¿Saben ustedes qué clase de tabaco contienen los cigarrillos?

¡Aserrin!

Los dueños de «La sin nombre» no encuentran nombre para calificar esta estafa.

Y los que fumen un cigarrillo de este tabaco *fin de siglo*, quedan en disposición de que el mucamo empieze el barrido del estómago.



Para finalizar esta breve reseña reproducimos[541] una editorial de la revista *El Cascabel* de 1892. Según se comenta en el artículo, algunos individuos falsificaban los cigarrillos LA SIN NOMBRE con tabaco tan malo como el aserrín. Teniendo en cuenta que los originales estaban fabricados con los mejores tabacos, muchos almaceneros compraron este producto de pésima calidad para venderlo al precio del original y lograr una importante ganancia.

Gerónimo Etchart falleció antes de julio de 1892, según se desprende de un juicio[542] que inició su viuda por una deuda que alguien mantenía con su esposo. Sus parientes cercanos probablemente hayan continuado con el negocio familiar.

Otras manufacturas artesanales en 1880



Los hermanos Antonio y Manuel Marengo emigraron hacia la República Argentina en 1851. Eran de ascendencia española, aunque se declaraban ingleses ya que venían de Gibraltar. En el censo[543] del año 1855 ambos vivían en la calle Perú 58 ½ y ya eran cigarreros de oficio. Ese mismo año encontramos en el *Anuario General del Comercio*[544] a la Cigarrería de La Habana situada en la vivienda familiar y a cargo de Antonio Marengo. En 1869 Antonio Marengo aparece con 42 años y Manuel con 52, los dos aún solteros y viviendo junto a su madre Teresa Marengo Méndez (española) y Cecilia Marengo, probablemente una hermana, también cigarrera. Habitaban ahora en Florida 78, dirección[545] en la que al menos desde 1864 funcionó el taller de fabricación de cigarrillos y de venta al público. Esa misma dirección (en realidad Florida 80) continuó apareciendo en los *Anuarios del Comercio* de Bailly-Bailliere hasta 1885. En el fragmento de la marquilla de los cigarrillos PARA MI se alcanza a distinguir que la dirección de la fábrica estaba en la calle de Charcas, actual Marcelo T. de Alvear, aunque no fue posible determinar su numeración. La cigarrería de los Marengo funcionó probablemente hasta mediados de la década de 1880 ya que no aparece en la *Guía Kunz* de 1885. Manuel Marengo era dueño de una propiedad en la calle Córdoba 397 que alquiló como cigarrería a Francisco García al menos desde 1880 y hasta 1901. García y Cía. solicitaron la inscripción de la denominación PARA MI en la Oficina de Patentes y Marcas el 24 de enero de 1894, por lo que se deduce que continuó de alguna forma con la actividad iniciada por los hermanos Marengo.



Otros hermanos que se dedicaron a la actividad tabacalera fueron Joaquín y Juan Clará. Su cigarrería estuvo originalmente ubicada en la calle Rivadavia 45, casi esquina Reconquista, frente a la Plaza de Mayo, local que era propiedad de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires. En 1885 funcionaba allí un comercio de mercería y tienda y la cigarrería La Industrial se había mudado unas cuadras más al sur, a la calle Moreno 172-174 entre Perú y Chacabuco. Por lo menos hasta 1888 esta firma continuó figurando en las guías comerciales dedicada a la fabricación y venta de productos de cigarrería.

Según se indica en la etiqueta los cigarrillos EL PAJARITO de La Industrial estaban elaborados con tabaco Virginia fuerte. Se señala también que eran fabricados a máquina con perfección y precios sin competencia. Teniendo en cuenta que las primeras máquinas cigarrilleras de origen francés fueron introducidas[546] en el país a fines de la década de 1870 por Emilio Doucet, podemos decir que esta modesta manufactura había incorporado muy tempranamente la mecanización para la confección de sus productos. Las etiquetas de los cigarrillos EL PAJARITO eran impresas por la litográfica de Rolón y Oca con talleres en la calle Piedras 171, que no perduró más allá de mediados de la década de 1880.



Francisco Allemos (o también Allemoz) nació en 1833 en la región de Saboya, en Francia. Estaba casado con la también francesa Juana Carrera, diez años menor que él, con quien tuvo diez hijos. Hasta mediados de la década de 1870 estuvo afincando en la ciudad de Dolores, en Buenos Aires, pero buscando nuevas oportunidades decidió mudarse a la Capital Federal. En 1884 estaba domiciliado en la calle San Carlos 139 y hacia 1886 se había trasladado a Maza 56. A comienzos de la década de 1880 la cigarrería de Allemos estaba situada en la calle Corrientes 514, a metros de la esquina con la calle Talcahuano (recordar que recién en 1887 se cambió a la actual numeración de las calles de la Ciudad de Buenos Aires). En la *Guía Kunz* de 1886 la cigarrería figura en el propio domicilio familiar de Maza 56-58, y el local de la calle Corrientes estaba ocupado por un almacén. Haciendo honor a su origen galo, Allemos utilizaba tabaco francés y papel Duc especial de primera clase para elaborar la marca de cigarrillos EL POPULAR. Según podemos ver en la marquilla estos cigarrillos se recomendaban a los fumadores por no ser dañinos a la salud. Desconocemos hasta cuándo siguió funcionando esta fábrica de cigarrillos.



La Manufactura Nacional fue fundada por José Labaquére con local en la calle Corrientes 450, entre Cerrito y Libertad. Ya en 1885 ese local era ocupado por un zapatero así que esta cigarrería no perduró más allá de los primeros años de la década de 1880.[547] El apellido y los cigarrillos franceses marca GREVY sugieren que, al igual que Allemos, Labaquére era de origen francés, aunque no hallamos evidencias al respecto. El personaje que aparece retratado en la marquilla es Jules Grévy (1807-1891). Fue presidente de la República de Francia entre 1879 y 1887 y debió renunciar a su cargo al descubrirse que su yerno cobraba dinero para gestionar la entrega de las condecoraciones que otorgaba el estado francés.


CIGARRILLOS FRANCESES, marca Grevy, (marca depositada), extra-flor; calle Corrientes, número 450. manufactura nacional. Los fumadores encontrarán un variado y esquisito surtido de cigarrillos, en nuestra fábrica. calle Corrientes 450.— JOSÉ LABAQUERE & COMPAÑIA.

Las marquillas de los cigarrillos GREVY eran impresas en la litográfica de Constantino Grant, calle Cangallo 274. Notar que existe una similitud marcada en el diseño de ambas etiquetas por lo que es posible que las haya creado un mismo diseñador.

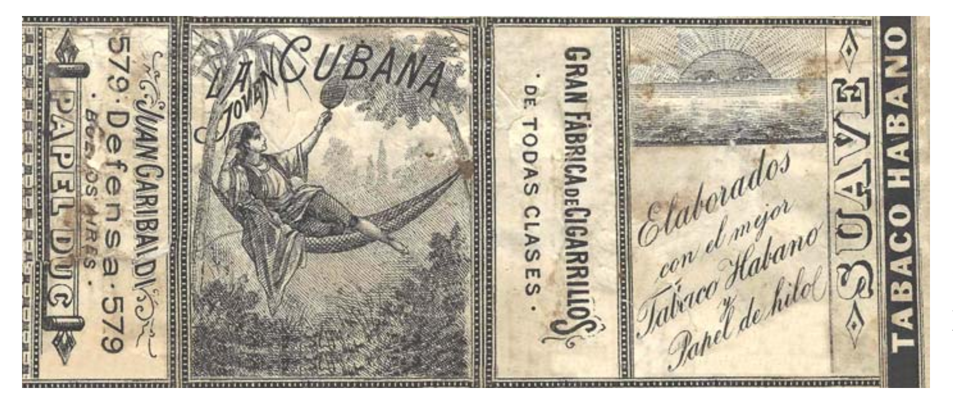
Como dato anecdótico mencionamos que estas dos cigarrerías estaban dentro de la "zona roja" de la ciudad de Buenos Aires de fines del siglo XIX. Según la *Guía Kunz* de 1885 en algo más de 10 manzanas comprendidas entre las calles Corrientes, Viamonte, Suipacha y Libertad (zona del Obelisco) había más de 80 "casas de tolerancia", eufemismo para denominar a los prostíbulos. Desde 1875 y durante casi sesenta años existió en la ciudad de Buenos Aires un régimen de prostitución reglamentada, hasta que fue prohibida en todo el país en 1934 luego de varios escándalos por la explotación de mujeres, fundamentalmente francesas y polacas.



Los nombres de las marcas de cigarrillos suelen tener los más diversos orígenes, pero no es muy habitual que se utilice una formación geológica de la naturaleza para denominar a un producto comercial. Felice Liendo, tabaquero de ascendencia probablemente italiana, creyó que sería una muy buena idea identificar a sus cigarrillos colorados LA MOVEDIZA DEL TANDIL con la célebre piedra de la ciudad en las sierras bonaerenses. Este atractivo turístico ha sido un mundialmente reconocido por su singularidad, pues una mole de granito de más de 300 toneladas de peso se mantenía en delicado equilibrio al borde de un cerro. El 29 de febrero de 1912 la piedra se cayó por la pendiente partiéndose en tres pedazos que actualmente yacen al pie de una ladera. Existen múltiples versiones e incluso fábulas sobre las causas de la caída, pero lo más probable es que la erosión y la gravedad hicieran la mayor parte del trabajo. En mayo de 2007 fue inaugurada oficialmente una réplica de la piedra movediza realizada con resina y fibras sintéticas en el mismo lugar donde antiguamente se encontraba la piedra original.



Esta misma marca, con una etiqueta de idéntico diseño, fue comercializada en Montevideo por Juan Bautista Renello. Incluso en la marquilla se la promociona como la sucursal de la fábrica de Buenos Aires. Sin embargo, la manufactura de Liendo no perduró en el tiempo y ya no la hallamos en la guías comercial de 1885 en donde la dirección de la calle Salta 598, entre San Juan y Cochabamba, aparece ocupada por un particular.



Juan Garibaldi fue otro cigarrero pionero cuya ascendencia muy probablemente haya sido italiana. Garibaldi producía los cigarrillos LA JOVEN CUBANA elaborados con el mejor tabaco habano y papel de hilo Duc. Su taller estaba ubicado en la calle Defensa 579 entre Comercio (Humberto 1º) y San Juan, a metros de donde dos décadas después se instalaría la fábrica de Piccardo y Cía. Debido a que se trata de un nombre y un apellido relativamente abundante en los registros censales, no fue posible obtener datos certeros sobre el origen y el año de nacimiento de este cigarrero. En la *Guía Kunz* de 1885 figuran cuatro comerciantes con este nombre, pero ninguno de ellos parece estar asociado con el rubro del tabaco. Sí podemos decir que hacia el año 1885 el local de la calle Defensa 579 estaba ocupado por una mueblería, lo que evidencia que esta cigarrería también tuvo una existencia efímera.



Los románticos cigarrillos TU y YO eran fabricados por un cigarrero de iniciales A. V. Ch. que muy probablemente identifiquen a Ambrosio Chacón. Este cigarrero de origen español nació en Cuba en 1840/41 y llegó a nuestro país posiblemente antes del comienzo de la década de 1870.[548] Vivió en la ciudad de Buenos Aires en una casa de la calle Maipú 332, cuya propietaria era Bernarda de Dirube, un apellido tradicional de la industria del tabaco en la Argentina. La cigarrería de Chacón, que se especializaba en cigarros habanos y cigarrillos habanillos, aparece situada por 1880 en Florida 223, casi esquina Corrientes, aunque también hay registros indicando que funcionó en Cangallo 43 (entre Esmeralda y San Martín) hasta 1879. Este local fue luego ocupado por Manuel López y desde 1885 funcionó allí la cigarrería La Cubana de Emiliano Estrada. En 1885, luego de haberse asociado con Emiliano Celery, Chacón deja el establecimiento de la calle Florida 223 (que entonces era ocupado por una agencia de lotería) y se muda a Florida 2-4, esquina Rivadavia 127. Este nuevo local, situado en el corazón de la ciudad, era propiedad de Mariano Haedo, presidente de la comisión directiva del Ferrocarril del Oeste, hoy ferrocarril Sarmiento, director del Banco de la Provincia de Buenos Aires, y miembro de una familia tradicional de clase alta argentina. En su honor llevan su nombre la estación y la localidad de Haedo en Morón, provincia de Buenos Aires.



Emiliano Celery nació en la Argentina en 1854/55. Se casó con Josefa Dirube, una de las hijas de Bernardo y hermana de Bernardo Saturnino, quienes llevaron adelante la fábrica de cigarrillos La Capital durante más de dos décadas. También era concuñado de Juan Posse, de la cigarrería La Popular, esposo de María Dirube. La cigarrería La Florida estaba situada justamente en la calle Florida 88, entre Piedad (Mitre) y Cangallo (Perón) y se dedicaba a la venta de cigarros habanos y cigarrillos de todas las clases, según podemos ver en los dos avisos que aparecieron en el periódico *La Cotorra*[549] en el año 1879. Los Celery vivieron inicialmente en Tucumán 280, entre Esmeralda y Suipacha, a una cuadra de la vivienda de los Dirube. El registro del censo de 1895 ubica a la familia circunstancialmente en la localidad de General Guido, cerca de Dolores en la Provincia de Buenos Aires, aunque en 1896 aparecen de nuevo viviendo en la Ciudad de Buenos Aires.[550]

LA FLORIDA
CIGARRERIA
CELERY Y Cía
88, FLORIDA, 88
Cigarros Habanos
Y
CIGARRILLOS
DE TODAS CLASES

Creemos posible que la sociedad entre Ambrosio Chacón y Emiliano Celery se haya concretado a través de algún miembro de la familia Dirube, debido a las relaciones comerciales y familiares que existían entre ellos. El local de Florida y Rivadavia había sido previamente ocupado por la Cigarrería del Plata de Ghigliassa Hermanos, y desde mediados de la década de 1890 lo utilizó la Cigarrería de Londres de Adolfo Villalba.



La cigarrería La Capital de Manuel López estaba situada en la calle Defensa 46, bajo la "Recoba" Vieja. El nombre de la cigarrería seguramente está relacionado con la federalización de la Capital de la Argentina ocurrida en 1880. Notar que en la marquilla solo aparecen las 14 provincias autónomas que componían el territorio argentino en esa época y no se incluyen los 9 territorios que dependían del gobierno nacional. La marquilla era impresa en los talleres litográficos de Constantino Grand en la calle Cangallo 274. No pudimos determinar con certeza qué ocurrió con esta cigarrería luego de que la Recova Vieja fuera demolida. En las guías comerciales encontramos a un Manuel López con domicilio comercial en Cangallo 43 desde 1880 hasta 1886, y a Basso y López en Victoria 58 (a metros de donde estaba la cigarrería La Capital) también desde 1880 y hasta 1885.

No es muy conocido que la actual Plaza de Mayo estuvo durante buena parte del siglo XIX dividida en dos, la Plaza de La Victoria (hacia el Cabildo) y la Plaza del Fuerte (hacia el Fuerte de Buenos Aires), por un edificio que la cruzaba a la altura de la calle Defensa. Construida en 1803, la Recova Vieja fue la primera galería comercial de la Ciudad de Buenos Aires. Estaba compuesta por 40 locales que apuntaban en mitades hacia el Cabildo y a la actual Casa Rosada. La edificación era de estilo barroco-neoclásico y tenía un gran arco central. Se dedicó principalmente a proveer de carne y productos frescos a los vecinos de la ciudad, aunque paulatinamente fue perdiendo su función original y se transformó en albergue de tenderos y artesanos. Esto llevó a que el intendente Torcuato de Alvear decidiera demolerla en 1883 y junto con otras obras realizadas en esa misma década comenzaran a darle la actual fisonomía a la Plaza de Mayo.



Muchos negocios vendían tabacos cigarros y cigarrillos como complemento de su actividad comercial principal. Un ejemplo lo podemos ver en los cigarrillos EXTRAFINOS que se ofrecían en las confiterías de los hermanos López. José (nacido en 1844), Aniceto (1848) y Antonio (1850) fueron tres hermanos que emigraron desde España a nuestro país, probablemente en la década de 1860. En el censo de 1869 ya figuran como confiteros y hacia 1880 eran dueños de tres renombrados establecimientos en la Ciudad de Buenos Aires. La Confitería del Progreso estaba ubicada en Piedras 56, esquina Victoria 279, a dos cuadras del Club del Progreso, y era administrada por Antonio y Aniceto. La Confitería y Café Victoria se situaba en Santiago del Estero 57-61, esquina Victoria 554, estando a cargo de Luis y Aniceto, y por último la Confitería Porteña atendía en Piedad 598-600, esquina Talcahuano.

La marquilla de los cigarrillos, de los cuales desconocemos su fabricante, estaba impresa en el taller litográfico de Edmundo Gazeau, en la calle Pasco 23. La ilustración de la etiqueta permite hacernos una idea de la forma en que eran armados y cerrados en su extremo los cigarrillos de modo que no se desarmaran ni se escapara el tabaco que contenían.



La Cigarrería del Sol, propiedad de Sardá y Cía., estaba ubicada en la calle Piedad (Mitre) 220 entre Florida y Maipú. Funcionó por lo menos desde 1879 según el aviso aparecido[551] en el periódico *La Cotorra* a fines de ese año. La firma continuó apareciendo en los listados del *Anuario del Comercio* hasta 1885 y desde entonces el local comercial fue ocupado por una joyería. La casa se promocionaba como especializada en productos elaborados con tabaco habano, incluyendo cigarros, cigarrillos y picadura. También comercializaba diversos artículos para fumadores.

CASA ESPECIAL PARA TABACOS HABANOS
CIGARRERIA DEL SOL
220—PIEDAD—220
Esta casa se recomienda por la especialidad de tabacos tanto de hoja como en picaduras, y elaboracion de cigarrillos.
Lo mejor que se puede fumar
Artículos de primera necesidad al alcance de todos los bolsillos

Ni en los censos de 1869 y 1895, ni en actas de bautismo o defunción, pudimos hallar datos que nos permitieran identificar con certeza el origen de los fundadores de esta cigarrería.



Sí sabemos que en la ciudad entrerriana de Gualeguaychú existió otra cigarrería con el mismo nombre y dirigida por Salvador Bosque y Cía.

En la dirección capitalina de Piedad 220 también funcionó la Cigarrería La Favorita de Carlos María Bazo y Manuel Benites. Ninguno de estos dos tabaqueros aparece en las guías comerciales de la época, así que no podemos saber positivamente el período durante el cual estuvo funcionando. Estimamos que esta cigarrería es anterior a la de Sardá y Cía., ya que ambas marquillas son de comienzos de los años 1880 y sabemos que la Cigarrería del Sol funcionó hasta mediados de esa década.

Sobre Carlos María Bazo, uno de los socios de La Favorita, podemos decir que nació en nuestro país en 1831/32 y estuvo domiciliado en Arenales 233. En el censo de 1895 tenía 64 años de edad y, ya alejado del rubro del tabaco, se declaraba "rentista".

Casi dos décadas más tarde, en diciembre de 1896, la denominación comercial La Favorita fue registrada por José Bautista López para la fábrica de cigarrillos que llevó adelante con su socio José M. Ariza. Justamente Ariza prosiguió utilizando la marca LA FAVORITA para sus cigarrillos y tabaco en hebra hasta fines de la década de 1910 y luego Piccardo (bajo la denominación Compañía Tabacalera S. A.) continuó renovando los derechos sobre esta marca para picadura de tabaco por lo menos hasta el año 1943.





La fábrica de cigarrillos de todas las clases de José Ferro producía la marca DEL CAZADOR. Los talleres estaban ubicados en la calle Belgrano 284-286, entre Chacabuco y Piedras. Todas las edificaciones desde Belgrano 282 al 288 eran propiedad de Nicolás Avellaneda (1837-1885) quien fue presidente de la Argentina entre 1874 y 1880. Avellaneda fue el mandatario electo más joven de la historia argentina asumiendo a su cargo con 37 años y 9 días. También fue el primer presidente civil que no perteneció a ninguna de las fuerzas armadas. Sarmiento, su predecesor, al entregarle la banda presidencial le dijo: “Es usted el primer presidente que no sabe usar una pistola”.



Hacia 1885 la cigarrería de José Ferro se había mudado a la calle Rincón 252 casi esquina Independencia. No hemos hallado datos adicionales sobre este cigarrero y su tabaquería.

Otra marquilla de diseño similar, en la que no figuran los datos de su fabricante más allá que elaboraba sus productos en la ciudad de Buenos Aires, corresponde a los legítimos cigarrillos DEL CACIQUE. Eran manufacturados con tabaco Virginia fuerte y la marca fue registrada probablemente en un período en el que no se dispone de las actas correspondientes.



Tampoco hemos hallado datos que nos permitan identificar con certeza a los fabricantes de los cigarrillos LA FLORISTA. Probablemente M. Fraga haya sido otro de los tantos inmigrantes gallegos que llegaron a nuestro país a mediados del siglo XIX, pero sus cigarrillos colorados, habanos y franceses no perduraron más allá del comienzo de la década de 1880. La etiqueta con la hermosa vendedora de flores era impresa por la Litográfica Chatier, de Esmeralda 302 en Buenos Aires, que ya no aparece en la guía comercial de 1885.

También fue efímera la existencia de la manufactura de los cigarrillos EL PATRICIO RIVADAVIA. El local comercial estaba en la calle Rivadavia 6-8, esquina Bolívar, sobre la Plaza Victoria (la parte de la actual Plaza de Mayo que daba al Cabildo). En 1885 la cigarrería ya había desaparecido y la *Guía Kunz* de ese año reporta a una confitería en ese domicilio. Las marquillas eran impresas en los talleres litográficos de Enrique Turdera, Piedad 227.



La fábrica de los cigarrillos LA DONCELLA fue fundada por R. Fernández Rocha y sus oficinas comerciales estaban en Florida 25 entre Rivadavia y Cangallo (actual Perón). Los cigarrillos estaban elaborados con tabaco habano superior y se vendían tanto en la ciudad como en el interior. Notar el desnudo en el arte de la etiqueta, no tan habitual en esos años. Según la publicidad[552] de la revista *La Broma* aparecida en 1881

LA DONCELLA
MARCA DE FÁBRICA
FÁBRICA DE CIGARRILLOS
PARA
LA CIUDAD Y CAMPAÑA
HABANO
SUPERIOR
R. FERNANDEZ ROCHA
25 Florida 25.
BUENOS AIRES.

PRIMERA.... HE.... ÚNICA

No hay otra casa de mas ventajas para el consumidor, ni que elabore mejor artículo que la mia.

HABANILLO SUAVE, ENTRE-FUERTE Y FUERTE

2 paquetillos por 3 ps. y 140 al 100. — Tabaco negro de hebra, Rio Novo á 1 ps. el paquetillo— Tabaco Virginia, fuerte ó suave, 3 paquetillos por 2 ps. y de 45 á 60 ps. al 100. — Cigarros de Tucuman á 25 ps. el 100, id paraguayos á 10 ps. el 100—Habanos, Bahias y demás accesorios de cigarrería, todo á precios muy acomodados. Hebra de la Habana á 2 1|2 ps. el paquetillo.

Rapé extra del Brasil

LA DONCELLA

25—FLORIDA—25

R. FERNANDEZ ROCHA

esta casa vendía cigarrillos del tipo habanillo de sabores fuerte, entre-fuerte y suave a $3 m/c (equivalente a $0.12 m/n) por dos paquetitos. También vendía tabaco negro en hebra de Río Novo, de la Habana y Virginia fuerte y Suave; cigarros tucumanos, paraguayos, Habanos y de Bahía; accesorios de cigarrería, tabaco en polvo brasileño, etc.

La marquilla de LA DONCELLA era impresa en la Litográfica de Enrique Turdera con talleres en Florida 188 y también en Piedad 227.

La fábrica de Fernández Rocha no subsistió más allá de mediados de la década de 1880. En 1885 el local comercial de la calle Florida 25 ya estaba ocupado por una armería.



La Palma era el nombre de una más de las tantas pequeñas fábricas de cigarrillos de fines de la década de 1870 y comienzos de la de 1880. Hallamos un aviso[553] en la revista *La Cotorra* del año 1879 en el que los talleres de elaboración y venta al público de la manufactura estaban en la calle Independencia 452, esquina Santiago del Estero y su dueño era Francisco Llames Caso. Se la publicitaba como “fábrica de cigarrillos de todas las clases”, similar a la leyenda que podemos observar en la parte superior izquierda de la marquilla de los cigarrillos LA PALMA. Sin embargo, estos eran producidos por Fernández y Alonso en un local ubicado en la calle Chile 114, esquina Bolívar 328. No podemos asegurar que se trate de la misma cigarrería, pero es muy sugestivo que lleven el mismo nombre y utilicen la misma frase para describir los productos que fabricaban. Esta fábrica de cigarrillos tampoco sobrevivió más allá de mediados de 1885. En ese año la esquina de Chile y Bolívar estaba ocupada por una carpintería a nombre de Manuel Fernández. Puede ser casualidad que justo coincidan el apellido del cigarrero y el del carpintero o quizás ante el fracaso en el rubro del tabaco Fernández haya decidido cambiar a otro oficio con el cual pudiera ganarse el pan.





J. Rogel fabricó los cigarrillos especiales DEL GAS en su taller situado en la calle Balcarce 265, aparentemente entre México y Chile.[554] Según podemos observar en la marquilla, impresa en la litográfica Constantino Grand de Cangallo 274, estos cigarrillos eran elaborados con tabaco Virginia y papel de hilo puro. En la etiqueta aparece un escudo heráldico con una torre que es sostenido por dos mujeres, probablemente las alegorías de la Unión y del Patriotismo.

La historia[555] del uso efectivo del gas en nuestro país comenzó aproximadamente en 1853 cuando el poder ejecutivo decidió iluminar las calles empedradas que rodeaban a la actual Plaza de Mayo utilizando alumbrado a gas. Para ello se instaló una usina generadora en la zona de Retiro, muy cerca del Río de la Plata, ya que el gas de alumbrado (compuesto principalmente por hidrógeno y monóxido de carbono) se obtenía del carbón que se importaba desde Inglaterra. Recordamos que recién en 1907 se descubrió el primer yacimiento de petróleo y gas natural en el país. El gas de alumbrado se transportaba desde los gasómetros hasta los sitios de consumo utilizando conductos de losa de barro. Hacia mediados de la década de 1850 ya estaban iluminadas varias cuadras de las calles San Martín, Florida, Del Parque (Lavalle), 25 de Mayo, Piedad (Mitre), la Recova Vieja, el Cabildo, la Catedral, la Municipalidad, el Fuerte, y la totalidad del edificio del Teatro Argentino. En 1859 había 1454 faroles públicos de gas y 11043 luces en las casas; veinte años después, en 1879, las cifras eran de 2798 y 122000 respectivamente. Esto marca claramente el cambio cualitativo que significó el uso del gas en la iluminación tanto en las calles como en los hogares. El alumbrado a gas siguió utilizándose hasta el inicio de la primera guerra mundial, momento en el que las ventajas de la iluminación eléctrica y la imposibilidad de abastecerse de Inglaterra hicieron que el gas comenzara a emplearse fundamentalmente para la cocción de alimentos y para calefacción.



La cigarrería Internacional de Pedro Traveso y Cía. tenía sus oficinas comerciales en la calle Buen Orden 27 ½ (actual Bernardo de Irigoyen), entre Rivadavia y Victoria (Hipólito Yrigoyen). Fabricaba los cigarrillos suaves ESCEPCIONALES elaborados con tabaco habano extra flor. La marquilla tiene varios símbolos utilizados habitualmente por las logias masónicas,[556] entre los que podemos distinguir el compás, la escuadra, las dos columnas, el triángulo equilátero con tres puntos, las manos entrelazadas, el sol, la tierra y la Biblia o volumen de la ley sagrada. Todos estos símbolos rodean a la figura central de la Marianne masónica que es representativa de la corriente de Masonería liberal conocida como Gran Oriente de Francia. En la Argentina[557] la primera logia masónica llamada Independencia comenzó sus actividades en 1795, aunque según el historiador Juan Canter (hijo del dueño de La Sin Bombo) su existencia es dudosa. En 1857 se crea la Gran Logia Argentina con la unión de varias logias que funcionaban en ese momento. Muchas personalidades notorias de nuestra historia, entre ellas catorce presidentes, fueron masones. En el ámbito político podemos citar a San Martín, Belgrano, Rivadavia, Urquiza, Mitre, Sarmiento, Alem, Pellegrini e Yrigoyen. También hubo masones muy destacados e influyentes en áreas de la Justicia, Cultura, Literatura, Ciencias y Educación.



Don Félix Fossati nació en Italia alrededor del año 1850 y fundó la Cigarrería del Progreso junto con Serafín Zona. Al menos desde 1885 la cigarrería estuvo en el domicilio familiar de la calle Rivadavia 994-998, entre Pasco y Pichincha, y continuó funcionando por lo menos hasta 1897 en el mismo sitio, pero ahora Rivadavia 2278-80 por el cambio de numeración. El socio de Fossati fue el también italiano Serafín Zona (1843-1885) quien vivía con su familia junto a los Fossati en Rivadavia 994, según consta en su partida de defunción. El fragmento de la marquilla que mostramos es de alrededor de 1890 y sólo aparece el nombre de Fossati porque su socio ya había fallecido. En la marquilla puede observarse el escudo de armas del Reino de Italia utilizado entre 1870 y 1890, lo que confirma el origen italiano de los fundadores de la Cigarrería del Progreso. La cruz de plata, los leones, los mantos y demás símbolos identifican a la Casa de Savoya, familia que reinaba en la Italia del siglo XIX.





Otra cigarrería que funcionó desde principios de la década de 1880 hasta fines del siglo XIX y comienzos del XX fue La Bella Porteña. Sabemos que en 1882 esta manufactura era dirigida por S. Beriso y Cía. y estaba ubicada en la calle Cerrito 242, entre Corrientes y Lavalle.[558] Hacia 1885 ya figura en la *Guía Kunz* como propiedad de Manuel Segundo Varela. Este inmigrante español era natural de Pontevedra y había nacido en 1844/45. En el año 1882 nace el tercer hijo de su matrimonio con Juana Elizalde y declaran como domicilio Cerrito 242, lo que sugiere que ya se habían hecho cargo del negocio de Beriso.

En las marquillas de los cigarrillos que muestran a El Estudiante y en las que aparece Don Quijote se distinguen las iniciales y el nombre de Manuel S. Varela y la dirección figura como Cerrito 470, indicando que son posteriores a 1887. Esta etiqueta era impresa por Establecimientos Gráficos, situado en San Martín 316.

Para fines de la década de 1890 los talleres de La Bella Porteña estaban en la calle Lavalle 1101 donde se producían los cigarrillos PABELLÓN ARGENTINO de 10 centavos. La fábrica de Varela continuó apareciendo en las guías comerciales hasta aproximadamente 1903. Según el libro de Domenech,[559] en su época de apogeo esta fábrica empleaba a unos 400 obreros que se dedicaban a la producción de cigarros de hoja y cigarrillos de diversas calidades.





Como dato de color mencionamos que en 1877 se realizó el bautismo del primer hijo de Manuel S. Varela y su padrino fue Domingo Ghigliassa, uno de los dueños de la Cigarrería del Plata.



EL CRUCERO DE MAGALLANES era el nombre de los cigarrillos especiales de tabaco habano elaborados por Manuel Braga en su fábrica situada en la calle Bolívar 187, entre Belgrano y Venezuela. En 1885 ese mismo local comercial estaba ocupado por la cigarrería de Rafael Calviño, quien seguramente continuó con el negocio iniciado por Braga. Las etiquetas, como otras varias que ya hemos mostrado, eran impresas por la Litográfica Madrileña, propiedad de M. Martínez, con talleres en Alsina 257.

El nombre de los cigarrillos evoca[560] al portugués Fernando de Magallanes (Fernão de Magalhães, en su idioma original) ampliamente conocido por ser quien inició en el año 1519 la expedición en la que descubrió el canal natural navegable que comunica el océano Atlántico con el Pacífico. El viaje, que comenzó en agosto de 1519 con cinco naves y 239 tripulantes, fue financiado por el rey Carlos I de España y tenía como objetivo encontrar una ruta comercial hacia la zona de Indonesia conocida como Islas de las Especias. Luego de tres años solo una de las naves y 18 hombres pudieron retornar a España a bordo de la nave Victoria. Magallanes fue muerto en una batalla en 1521 y Juan Sebastián Elcano fue quien capitaneó la etapa final de la primera circunnavegación de la Tierra.

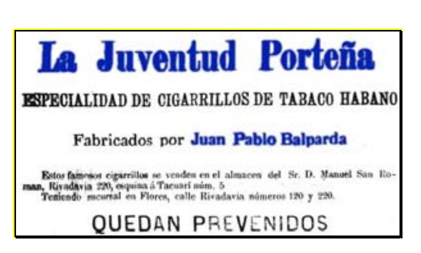


Ya hemos mencionado que recién a fines de la década de 1870 y comienzos de la década de 1880 se inició la fabricación local de cigarrillos de razonable calidad. Hasta entonces llegaba a nuestro país una cantidad importante de cigarrillos de La Habana llamados "Habanillos". Eran de mal papel y muy escaso tabaco, casi tan angostos como un fósforo. Lo sorprendente es que algunos de estos cigarrillos elaborados en Cuba se fabricaban especialmente para el mercado local, figurando en la etiqueta el nombre de la empresa importadora. Los cigarrillos LA CHARANGA DE VILLERGAS eran manufacturados en la fábrica de cigarros de P. Martín, calle O´Reilly 9 ½ de la ciudad cubana de La Habana. Los importaba a la Argentina la casa introductora con especialidad en tabacos de Clausen y Rathje (luego Enrique Rathje y Augusto Müller) con domicilio en Maipú 80. El término charanga se utiliza como sinónimo de fanfarria o murga y designa a las bandas musicales que en general acompañan los eventos callejeros. En este caso particular se refiere a un periódico satírico ilustrado[561] publicado en Cuba a partir de 1857, cuando la isla aún era una colonia española. El semanario humorístico era dirigido en La Habana por el español Juan Martínez Villergas quien publicó, redactó, imprimió y dirigió periódicos satíricos en España y varios países de Latinoamérica. En Buenos Aires fue director del semanario *Anton Perulero. Periódico satírico de literatura y política (1875-1876)*, que también tuvo una versión cubana.


Año 1.° Núm. 5.
NUM SUELTO, 3 R. F.
Domingo 13 de Setiembre, 1857.
PRECIOS DE LA SUSCRICION.
REDACCION.
ESTE PERIODICO
LA CHARANGA.
PERIODICO LITERARIO, JOCO-SERIO Y CASI SENTIMENTAL, MUY PRODIGO DE BROMAS
PERO NO PESADAS, Y DE CUENTOS, PERO NO DE CHISMES.
MUY ABUNDANTE DE SATIRAS, CARICATURAS Y OTRAS COSAS CAPACES DE ARRANCAR LAGRIMAS A UNA VIDRIERA.
DIRIGIDO POR D. J. M. VILLERGAS.

Hacia 1890, con una industria local en pleno auge, la importación de los cigarrillos cubanos prácticamente había desaparecido.

La publicidad masiva de cigarrillos en medios gráficos comenzó aproximadamente a mediados de la década de 1870. Muchas marcas de cigarrillos del siglo XIX se han perdido y solo sabemos que han existido debido a los avisos que aparecieron en los distintos periódicos de la época. Estas propagandas eran muy simples, solo mencionaban el nombre de la fábrica, la dirección del local comercial y, a veces, a su dueño. Hemos realizado una selección de avisos que salieron en distintos medios entre 1876 y 1883 para mostrar la variedad de marcas y fabricantes que había en esa época.
La gran mayoría tuvo una existencia efímera y varias ni siquiera figuran en las guías comerciales del momento. Unas pocas disfrutaron de una vida más prolongada que en algunos casos llegó hasta casi las dos décadas.
Dentro de las cigarrerías más longevas destacamos a La Probidad de Antonio Loureiro. Este inmigrante gallego nació en 1849/50 en la localidad de Villagarcía, provincia de Pontevedra. Su local de venta hacia fines de la década de 1870 estaba situado en Charcas 498. En 1884 se había mudado a Charcas 505-507, en donde estaba el domicilio familiar, y desde 1888 hasta al menos 1897 aparece en Paraguay 1514-16 donde vivía con su familia de 9 hijos.



LA JUVENTUD PORTEÑA
Juan Pablo Balparda
La Juventud, 23-ene-1876



POSTE BLANCO
Nahuel Rodríguez
La Broma, 11-may-1876



EL PINGO
El Correo de las Porteñas,
05-nov-1876



LA INDUSTRIA
Manuel Latre Romero
La Juventud, 25-jun-1876

LOS HABITANTES DE LA LUNA
ESPECIALIDAD EN CIGARRILLOS DE TABACO HABANO
Fabricados por Juan Pablo Balparda.
Estos famosos cigarrillos se venden en el almacen del Sr. D. Manuel San Roman, calle de Rivadavia 220, esquina Tacuarí núm. 5.
Teniendo sucursal en Flores, calle Rivadavia números 120 y 220.
Quedan prevenidos.

LOS HABITANTES DE LA LUNA
Juan Pablo Balparda
La Juventud, 05-mar-1876

PROBIDAD y TRABAJO
Los ricos especiales de LA VICTORIA, confeccionados con la mejor picadura habana y mejor papel que vienen á esta plaza, son los que ménos dañan á la garganta por la esmerada calidad de sus materias primas.
352 — VICTORIA — 354

LA VICTORIA
El Correo de las Porteñas,
05-nov-1876



LA LIRA
Enrique Vitoria
La Juventud, 23-ene-1876

Nada de bombo!
Ni farsa, ni figuritas de coleccion
Los ESPECIALES del Buen fumar
son los mejores.
15—SAN MARTIN—15

EL BUEN FUMAR
Luis Piccaluga
La Crónica Teatral, 19-abr-1877



LA PANTERA, J. M. González
Correo de los Niños, 03-jun-1877



PROGRESO ARGENTINO
Pedro A. Onetto
La Perla, 15-sep-1878



LA FLOR DE LOS TABACOS
Juan Pardal
El Platense, 04-nov-1877



CIGARRERÍA TURCA
Nicolás Voicly
La Cotorra, 12-oct-1879

LA PROBIDAD Antonio Loureiro *La Cotorra*, 12-oct-1879	LA PROTECCIÓN Costa y Vignardell *La Broma*, 06-nov-1879	PATAGONIA Eduardo Bangerter *La Cotorra*, 26-oct-1879
LA REFORMA Francisco Peñalva *La Cotorra*, 12-oct-1879	SOCIEDAD UNIÓN CIGARREROS *La Cotorra*, 12-oct-1879	EL TRABAJO Emilio Mitre *El Mosquito*, 22-ago-1880
GERVASIO MÉNDEZ Gervasio Méndez *La Broma*, 28-may-1881	 PRIMERA DE ASTURIAS Jesús Fernández Piñeira *La Aurora*, 05-may-1881	EL INDIO PARAGUAYO José López *El Aspirante*, 18-jun-1882
LA FLOR DE LOS TABACOS José A. Díaz *El Aspirante*, 18-jun-1882	 SOCIEDAD COSMOPOLITA *El Aspirante*, 18-jun-1882	AL FUMADOR TURCO Isaac Benchetrit *Slavjanske Slobode*, 01-dic-1883

Otra cigarrería con una vida relativamente larga fue la del inmigrante español Francisco Peñalva, quien nació alrededor de 1845. Su fábrica de cigarrillos y depósito de tabacos de todas las clases fue bautizada como La Reforma y, al igual que la de Antonio Loureiro, tuvo actividad comercial durante unos 20 años.[562] En 1879 estaba situada en Belgrano 491, pero para 1880 ya figuraba en Independencia 554 que también era su vivienda particular. Desde 1887 y hasta al menos 1897 la cigarrería funcionó en la calle Defensa 225.

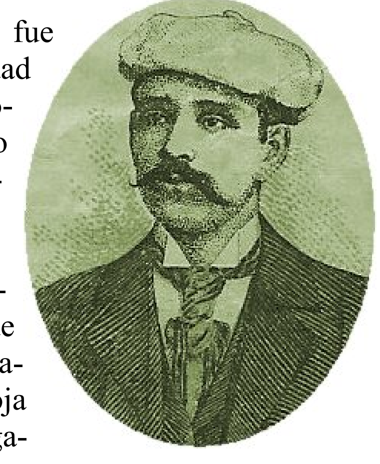
Entre las publicidades más llamativas podemos mencionar a la cigarrería El Trabajo, de Emilio Mitre y Cía., con domicilio en Florida 108. Es muy probable que se trate del hermano del general Bartolomé Mitre, el Jefe del Estado Mayor General Emilio Mitre (1824-1893), o en su defecto de uno de los hijos del ex presidente, Emilio Mitre y Vedia (1853-1909). La afirmación se basa en que ese mismo local comercial estaba ocupado en 1885 por la cigarrería de Torcuato Ocampo, quien luego sería miembro de la Unión Cívica a la que perteneció Mitre, y cuyo nombre aparece mencionado en el libro[563] *Mitre: su vida íntima, histórica, hechos, reminiscencias, episodios y anécdotas militares y civiles*, sugiriendo así la existencia de alguna relación comercial, además de la afinidad política, entre Ocampo y los Mitre.

Manufactura de Francisco J. Brabo

A lo largo de este capítulo hemos relatado una breve historia de varias de las firmas pioneras de la industria del cigarrillo en nuestro país.
De todas ellas existe algún tipo de registro gráfico sobre su producción tabacalera. Pero, lamentablemente, de muchas (mejor dicho, de la gran mayoría) de las cigarrerías del último cuarto del siglo XIX, solo se conoce el nombre y la dirección del taller porque apareció en alguna guía comercial, pero no existen datos de las marquillas que producían. A pesar de ello nos pareció que había una historia que merece ser contada, por los ribetes casi de película que signaron la vida de este polifacético personaje.
Don Francisco Javier Brabo Franco[564] fue un inmigrante gallego nacido en Pontevedra el 01 de octubre de 1825 y fallecido en Buenos Aires el 25 de agosto de 1913. Llegó de su natal Galicia al puerto de Montevideo en 1842, de donde tuvo que escapar precipitadamente hacia Buenos Aires, debido a la invasión de los "blancos" de Oribe y su simpatía por el partido "colorado" del general Rivera. Se casó en Buenos Aires en 1844 y tuvo ocho hijos. Brabo repartió su vida a ambas orillas del Río de la Plata, e incluso fue desterrado a Brasil, pero se las arregló para hacer fortuna en los negocios de aprovisionamiento a los ejércitos de las nacientes repúblicas iberoamericanas en sus luchas por la delimitación de sus fronteras. Se lo recuerda por su contribución al estudio de la historia del Virreinato del Río de la Plata[565] y, particularmente, las misiones de los jesuitas, dedicando a ello varios años de su vida. La fortuna a veces lo traicionó, especialmente por su relación con políticos poco fiables, pero logró recuperarse con la elaboración de tabaco y rehízo su capital.
En Montevideo, con 500 duros y una máquina para picar instalada en una cochera, se dedicó a la venta de tabaco picado. Con el producto del primer día de trabajo contrató dos hombres para el siguiente y según sus propias palabras: *"... y así sucesivamente los fui aumentando hasta veinte, empleados en picar y componer tabaco, que se vendía bien, gracias a la vista que yo le daba… El resultado fue que en tres meses y medio de adobar y componer tabaco gané cinco mil duros; pero al cabo de ese tiempo, desacreditada ya mi mistura, realicé el capital con sólo despedir mi gente y dejar de comprar una corta cantidad de Pichoa del Brasil, que era el ingrediente en qué consistía mi secreto, medio químico, medio industrial".* Lo mala fortuna con el aprovisionamiento de víveres en el sitio de Buenos Aires le hace perder su capital y lo deja fuertemente endeudado. Brabo lleva su máquina picadora a Buenos Aires y monta una fábrica de tabaco a vapor, cuyo depósito central estaba en la "Recoba Nueva", calle Victoria 72 (actual Hipólito Yrigoyen), con sucursales en Buen Orden 556 (actual Bernardo de Irigoyen) y en el Mercado Once de Septiembre, al lado de la estación del ferrocarril. En dichos locales se podía comprar tabaco francés para pipa, picadura de tabaco colorado -en paquetes, barras y cajones-, tabaco negro picado, y café molido para tostar, tostado o en grano. Durante diez años, entre 1854 y 1864, Brabo incrementó sus negocios enormemente llegando a ser el "rey" de los tabacos no solo en el Río de la Plata, sino también en Brasil y en Paraguay, prácticamente monopolizando el comercio del ramo. Se pueden corroborar unos pocos datos de su actividad tabacalera en una publicación de la época, donde aparece como Depósitos de tabacos - Tabacos negros picados y otras clases - Victoria 72.[566]
Brabo se relaciona con el general Justo J. de Urquiza, liquida su empresa tabacalera y se traslada a Entre Ríos desde donde comienza a aprovisionar al ejército Imperial Brasileño, tanto en Uruguay como en la guerra del Paraguay. Logra así hacer una inmensa fortuna que la utiliza para radicarse en Europa y educar a sus hijos en las principales ciudades del viejo continente. Algunos malos negocios en la zona de Corrientes lo obligan a volver con su familia al país y se reúne con Urquiza poco antes de su asesinato. Vuelve a España en 1871 luego de vender todos sus bienes en la Argentina, pero regresa poco después a Sudamérica para la gigantesca obra de realizar una carretera que uniera a Bolivia con el océano Atlántico a través del territorio paraguayo. Sus idas y vueltas entre América y Europa continuarían hasta el final de sus días con casi 90 años de edad.

LAS TABACALERAS DE ENTRESIGLOS

Manufactura de Tabacos El Día de Francisco Bernárdez



Francisco Bernárdez, fundador de la Compañía Tabacalera Sudamericana El Día en 1891.

La Compañía Tabacalera Sudamericana El Día fue fundada por Francisco Bernárdez en la ciudad de Buenos Aires en el año 1891. Desconocemos los datos precisos del nacimiento de su creador, pero estimamos que ocurrió en la ciudad gallega de Orense alrededor de 1870.[567] El Día fue una casa multirrubro que se dedicó a la manufactura, importación y venta de todo tipo de artículos relacionados con la industria del tabaco. En particular comercializaba tabaco en hoja de los tipos Habano, Bahía, Sumatra, Virginia y Criollo; cigarros, cigarrillos, rapé, pitos, papel, boquillas, tabaqueras, cigarreras, fósforos y demás artículos de cigarrería. Entre las marcas de cigarros Habanos podemos mencionar CÍRCULO DE ARMAS, SENADORES, FLORETE, MINISTRO, CANDIDATOS, PETIT BOUQUET y BREVAS. Las marcas de cigarros "tipo Habana" eran PEREGRINOS, CARÍSIMA, SAUDADES, TEATRO y MASCOTA. Importaba cigarros suizos PIGERNE elaborados por J. Frossard & Co. y también pitos y tabacos ingleses de la marca OUR JACK.[568]

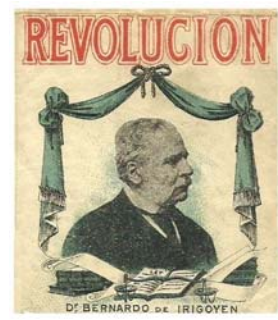
Sus principales marcas de cigarrillos eran EL DÍA Nº 1, 3, y 5 (registrados bajo el acta Nº 15398 del 04 de mayo de 1905), TEATRO (año 1900), MARCONI, EMPERADOR, MENSAJERO (registro Nº 8172 del 20 de marzo de 1900), REVOLUCIÓN, GUERRA (1902), MÓNACO (1905), AGUINALDO (1905), VOLCÁN (1906) y EDISON (1909). También produjo la marca YOLANDA, que había pertenecido a Federico Hormann y comenzó a aparecer en las publicidades de Bernárdez alrededor de 1907. En el rubro de tabacos El Día elaboraba por lo menos cuatro variedades distintas: alemán de primera, Bahía especial, francés corriente y Virginia corriente. Todos se vendían a $3.50 el kilogramo.



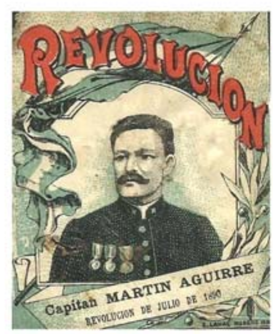
La firma tenía su local en la calle Paseo de Julio[569] 656 al 674, en la zona de Retiro en la ciudad de Buenos Aires. Hemos encontrado que hacia fines de 1898 existía otra cigarrería también denominada El Día,[570] propiedad de L. González y Cía. con domicilio en Pedro Mendoza 1385 en el barrio de la Boca, aunque aparentemente sin relación alguna con la firma de Bernárdez.

Al igual que la mayor parte de las tabacaleras importantes de la época, la empresa de Francisco Bernárdez fue adquirida por el trust tabacalero inglés dueño de la Compañía Argentina de Tabacos en 1912. Las marquillas de la Compañía Tabacalera Sudamericana El Día en las que figura la dirección de Uspallata 1720 son posteriores a ese año ya que esa fue la fábrica en donde la C. A. T. centralizó su producción promediando la década de 1910. Hasta donde sabemos, mientras Bernárdez fue dueño de la manufactura El Día en las marquillas siempre apareció la dirección de Paseo de Julio 674 y las marquillas con la dirección de la calle Uspallata son posteriores a 1912.

En el logo de la Compañía Tabacalera Sudamericana El Día aparecían (en sentido horario) los escudos nacionales de la República Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay (el antiguo sello de Hacienda), Uruguay y Perú.









Una de las particularidades de las publicidades y algunas de las marquillas de la empresa era la utilización de la imagen del Dr. Bernardo de Irigoyen como personaje distintivo identificando a la casa, tal cual puede observarse en uno de los fragmentos de la etiqueta de los cigarrillos REVOLUCIÓN.

El Dr. Irigoyen[571] (1822-1906) fue un abogado, diplomático y político argentino, nacido en Buenos Aires. Ocupó dos veces el cargo de ministro de Relaciones Exteriores, en 1874 y 1882, y una vez el de ministro del Interior en 1877. Fue uno de los fundadores de la Unión Cívica Radical, junto con Leandro N. Alem. En 1898 fue elegido gobernador de la provincia de Buenos Aires y previamente había sido senador nacional entre 1894 y 1898. Fue también dos veces candidato a presidente de la Nación, en 1885 y en 1891. Durante su gestión como Ministro de Relaciones Internacionales del presidente Avellaneda debió enfrentar la amenaza del Banco de Londres y del gobierno de Gran Bretaña de bombardear Rosario si el gobierno de Santa Fe no dejaba sin efecto la intervención del Banco de Londres. La enérgica posición de Irigoyen detuvo la acción bélica y se hizo reconocido por elaborar una doctrina sobre la ausencia de nacionalidad de las sociedades anónimas y la inaplicabilidad para las mismas de la protección diplomática que recibían los ciudadanos.

El nombre de los cigarrillos REVOLUCIÓN se refiere a la Revolución del Parque (o Revolución del '90) ocurrida entre el 26 y el 29 de julio de 1890. Fue un alzamiento cívico-militar que pondría en jaque al poder oligárquico dominante de la época. Estuvo dirigida por la recién formada Unión Cívica, liderada por Leandro Alem, Bartolomé Mitre, Aristóbulo del Valle, Bernardo de Irigoyen y Francisco Barroetaveña, entre otros. La revolución fue derrotada por el gobierno, según algunos historiadores por el pacto secreto entre Julio Roca y el general revolucionario Manuel J. Campos. Aunque llevó a la renuncia del presidente Miguel Juárez Celman, y su reemplazo por el vicepresidente Carlos Pellegrini, la consecuencia más importante de la Revolución del '90 fue el fortalecimiento de Roca como personaje político. También definió un punto de quiebre en la historia argentina desde el aspecto social, ya que marcó el momento en que la clase media ingresó a la vida pública exigiendo que se la reconociera efectivamente como protagonista de la vida política, social y cultural, y demandando la constitución de una verdadera sociedad democrática.

El propio Francisco Bernárdez aparece en una de las marquillas de los cigarrillos REVOLUCIÓN con una boina blanca, revelando su pertenencia a la Unión Cívica y su apoyo a la revolución. El cigarrero formó parte de las milicias cívicas que defendieron el cantón de Lavalle y Artes, uno de los 50 puestos desde donde los revolucionarios combatieron a las tropas del gobierno.



Marquilla de los cigarrillos REVOLUCIÓN, posterior a 1912, de 21 unidades por 10 centavos. La marca fue registrada el 01 de julio de 1897 correspondiéndole el acta Nº 6325. La ilustración "Entrada a la Ciudad" que lleva la etiqueta es obra del pintor, dibujante e ilustrador catalán Francesc Fortuny. La marquilla fue impresa en los establecimientos gráficos de Podestarelli, Bonfiglio y Ca. La C. A. T. siguió fabricando estos cigarrillos al menos hasta 1918.

Reproducimos a continuación el texto de una muy particular publicidad aparecida en *Caras y Caretas*[572] en la que se destacan las bondades de los productos fabricados por la Cigarrería El Día.

Para hablar de esta casa, bien conocida del público, y de la cual se ha podido decir que es un verdadero jubileo ó romería, un entrar y salir continuado de gente, creemos oportuno y de actualidad ceder la palabra a un distinguido orador sagrado, que ocupándose en los pasados días del establecimiento del señor Francisco Bernárdez, pronunció el sermón del cual entresacamos los siguientes párrafos:

-Hermanos míos: ¿os quejáis de las desventuras que os afligen? ¿No soportáis con cristiana resignación las congojas y males de la vida?

Pues, ¿qué diréis de lo que padeció Cristo, el hijo de Dios, que no tenía para consuelo de sus amarguras ni un modesto cigarro Rivadavia? Vosotros, ¡oh, pecadores! Favorecidos por la divina luz. Tenéis esposas e hijos, quizás cariñosos, empedrados y aguas corrientes, cosa en desuso entre los habitantes de Judea, y tenéis más aún: la manufactura de tabacos "El Día"



Carterita de 20 centavos de los cigarrillos TEATRO, elaborados por la manufactura de tabacos El Día. La marca fue anotada el 20 de marzo de 1900 con el registro Nº 8171. La marquilla corresponde a una prueba de cromolitografía de la imprenta en la que se utilizaban ocho colores. La etiqueta también posee una ventana para un retrato con fotomecánica, en este caso de Giuseppe Verdi, uno de los compositores de ópera de mayor reconocimiento en el mundo entero.

Vosotros no tenéis ningún derecho a quejaros, porque podéis decir en nuestra aflicción "a mal dar, tomar tabaco de Francisco Bernárdez"

... Es inútil que los poderes infernales traten de atraeros. Mientras fumáis, el diablo tiene que darse si mismo. La nicotina ahuyenta al pecado. Sesenta y dos clientes entraron en un solo momento a la cigarrería que os he nombrado y salvaron sus almas de la perdición.

... Evitad las tentaciones, no infrinjáis la ley divina, huid de los malos pensamientos y comprad cigarros y cigarrillos en casa de Bernárdez. ¿No recordáis que los Santos Padres os dicen que la vida es humo? ¿Qué hacéis, pues, ovejas del rebaño de Jehová., que no ahumáis totalmente vuestra existencia? Fumad y el cielo será con vosotros.



Registro de los cigarrillos GUERRA de 10 centavos. La marca fue anotada el 23 de abril de 1902, correspondiéndole el acta Nº 10525.

Me objetáis que tenéis gustos muy distintos: que a unos les gusta el Virginia, a otros el francés, a uno el pito, y al otro se le da un ídem del pilo. ¡Incautos! De todo hay en "El Día": Brissago, habano, francés, alemán, Bahía, americano, Cavour, toscano, Garibaldi, Las Pampas, Carnaval, Irma, Baldissera, Rivadavia, Damitas, Aristos, Hilda, Jazmines, panatelas, petit bouquet, cigarrillos "El Día" números 1,3 y 5, Revolución, Emperador, Mensajero y Teatro...

¿Qué más podéis apetecer? ¿Qué más puede desear vuestra insaciable ambición?

Con las marcas citadas y otras que omito, no sólo conseguiréis salvaros de los profundos, sino que además el olor del tabaco hará que no se os apolille la ropa. ¿Os gusta acaso el rapé? Acudid allá, que también lo tienen. Ambiciosos de gloria divina, queríais morir en olor de santidad y de tabaco... ¡Oh, hermanos míos! "El Día" reparte el retrato del Dr. Irigoyen, distintivo de la casa para todos los productos. Contemplad ese retrato, creed en los milagros políticos del gobernador bonaerense, y ya que no á la gloria, iréis al limbo, de seguro.



La marca de cigarrillos VOLCÁN de 20 centavos fuer registrada por Francisco Bernárdez el 01 de agosto de 1906 (acta Nº 18334). Según su fabricante, eran confeccionados con tabaco calidad XXX cosechado en las mejores vegas de La Habana. La marquilla estaba ilustrada por el infaltable rostro femenino, en este caso fumando. La elaborada y colorida etiqueta era impresa en el taller litográfico de Günche, Wiebeck y Turtl, calle O´Brien 121.



Guglielmo Marconi (1874-1937) fue un ingeniero eléctrico, empresario e inventor italiano, mundialmente conocido por haber sido uno de los más destacados impulsores de la radio transmisión a larga distancia, por el establecimiento de la Ley de Marconi, así como por el desarrollo de un sistema de telegrafía sin hilos o radiotelegrafía. Fue internacionalmente reconocido en 1899 cuando hizo una demostración práctica de sus descubrimientos, estableciendo comunicaciones inalámbricas a través del canal de la Mancha. Recibió el Premio Nobel de Física en 1909 por sus contribuciones a estas áreas del conocimiento.

La manufactura de Francisco Bernárdez comenzó a elaborar cigarrillos de esta marca alrededor de 1903, es decir solo unos pocos años después de que Marconi se hiciera mundialmente famoso, en paquetes de 20 centavos que traían en su interior una fotografía de "hombres célebres". Para impulsar la venta del producto, a principios de 1904 la fábrica estableció un singular concurso de beneficencia nacional. Cada atado contenía un bono, que debía presentarse en alguna de las sociedades de beneficencia preestablecidas, para que El Día pagara a la sociedad el valor del bono. Algunas de las sociedades que participaron del concurso fueron la Española de Beneficencia, Le Donne Italiane, las Damas de Caridad y la Liga Argentina Contra la Tuberculosis. Los participantes que más bonos presentaron se hicieron acreedores de medallas de oro, plata y cobre, de alguna manera contradiciendo las propias publicidades de la firma que aseguraban que los cigarrillos MARCONI no prometían premios. En un aviso[573] de 1906 y en otro posterior[574] de 1907 encontramos que la marca había sido reformada y su precio se había reducido a 10 centavos el atado. Para acreditar esta marca la cigarrería El Día prefirió a la revista *Pebete*, en donde publicó más de 40 avisos (de los cuales mostramos seis), muchos de ellos a todo color, desde comienzos de 1905 hasta mediados de 1906. La publicidad de los cigarrillos MARCONI en ocasiones iba acompañada de extensos textos destacando las virtudes de la marca. En 1905, cuando todavía se vendía a 20 centavos el atado, encontramos lo siguiente en el *Almanaque Gallego*.[575]



Esta acreditada marca de cigarrillos, que por su elaboración y esmero, puede competir perfectamente con otras distintas marquillas de 30 y hasta de 40 centavos, como lo comprueba la inusitada extensión y justo crédito que día a día viene adquiriendo, no sólo en la capital, sino también en toda la república, aparte de los numerosos y valederos premios que ofrece a sus muchos favorecedores, acaba de recibir un impulso final con el empleo en su fabricación de la mejor hebra habana importada hasta hoy en el país.
Dadas las inmejorables condiciones en que presentamos al público nuestra acreditada marquilla, éste, apreciando los esfuerzos que en virtud de su continuo favor hacernos, ha de seguir honrando nuestra casa, seguro de hallar siempre en nuestra propaganda un motivo más de verdad y condescendencia; y nunca caeremos en la falacia pública a que generalmente induce la reclame moderna, puramente engañosa y trivial. El desilusionismo es el último latido de la voluntad, y por esto mismo, jamás trataremos de caer ante nuestros fumadores en un sentido bajo y mentiroso, ni como embaucadores, simplemente, sino que, elevando la verdad basta su punto, cumpliremos nuestros propósitos, aunque sea jugando el todo por el todo. La luz nace de las pruebas. Prueben y se convencerán.

Por lo menos hasta 1918 la manufactura El Día, ya adquirida por la C. A. T., siguió fabricando los cigarrillos de 10 centavos YOLANDA, MÓNACO, MARCONI y REVOLUCIÓN, estos últimos en paquetes de 21 cigarrillos. También elaboraba tabaco empaquetado Virginia, francés, alemán, negro, Bahía y Habano XXX. El tabaco Habano era importado de Cuba y costaba $10 el kilogramo, cuando el resto de las variedades no superaban los $3.50.



Etiqueta de los cigarrillos MÓNACO, inicialmente de 20 centavos y remarcados a 10 centavos. La marca fue solicitada 06 de abril de 1905 con el acta Nº 15240, pero el ejemplar que mostramos es de la época en que la C. A. T. ya había absorbido a la cigarrería de Bernárdez. La ruleta que se observa en la marquilla (con los números y el tablero dispuestos en forma poco usual) corresponde al casino de la ciudad de Montecarlo, inaugurado en 1863. En la cara principal de la etiqueta aparece en relieve el escudo de armas del Principado de Mónaco. El trabajo de impresión fue realizado por la litografía La Artística.

Luego de vender su fábrica a la C. A. T. Francisco Bernárdez continuó con la actividad comercial en diversos rubros. En diciembre de 1913 registró la marca YOLANDA en la clase 21 para la producción de fósforos. En ese mismo rubro inscribió la marca CITY en 1915. Anotó la marca AMISTAD en 1913 para las clases 10 (ferretería y bazar) y 11 (armas y explosivos) y a fines de ese mismo año la marca EL DÍA para las clases 10, 11 y 21 (tabacos, cigarrillos y artículos para fumadores).
Además de las ya mencionadas, existen otras marcas de cigarrillos fabricadas por F. Bernárdez, pero con domicilio en la calle Adolfo Berro 3836 (actual Don Bosco), en el barrio de Almagro. Estas marquillas son posteriores a las manufacturadas por la tabacalera El Día, ya que la calle Adolfo Berro reemplazó a San Carlos en 1919 y esta a su vez fue renombrada como Don Bosco en el año 1959.
Entre mayo y junio de 1924 hallamos al menos 9 solicitudes de registro a nombre de F. Bernárdez, incluyendo las marcas INOFENSIVOS, LA NACIONALISTA, UNITED STATES, ANGLO AMERICAN y NILO.
En casi todos los casos se trataba de tabacos de primera calidad, ya sea del tipo Habano, Virginia o egipcio, con precios que partían de 30 centavos y llegaban a los 45 centavos. Los paquetes se caracterizaban por venir en formato de cajita de cartón duro con interior deslizable.



Las solicitudes de registro incluían también a los cigarrillos CABALLEROS y TIMBRE DE HONOR fabricados con tabaco habano, los ESTADOS UNIDOS manufacturados con tabaco Virginia, TUTANKHAMON que estaba elaborado con tabaco egipcio y se plegó a la tendencia de principios de los años 1920 de fabricar productos con nombres orientales, ya sean turcos o egipcios. Por último los NOTABLES se confeccionaban con una mezcla de tabacos habanos y egipcios.

Las etiquetas eran impresas por la gráfica Podestarelli y Bonfiglio, creada[576] en 1892 y que funcionó hasta bien entrada la década de 1920 como imprenta independiente, siendo luego adquirida por Piccardo y Cía.

Podemos asegurar que F. Bernárdez es el mismo dueño de la manufactura El Día,[577] que intentó retomar el negocio luego de haber vendido su empresa a la C. A. T. y de que esta a su vez se retirara del país en 1919. Revisando la biografía del reconocido poeta y diplomático argentino Francisco (Paco) Luis Bernárdez (1900-1978) encontramos algunos datos más que interesantes. En un sitio gallego de internet[578] se menciona que su padre tenía su mismo nombre y había emigrado de Galicia a Buenos Aires siendo muy joven. Procedía de una familia de buen pasar económico y probablemente haya dejado su tierra natal para buscar la gloria en América, por perseguir a un amor o simplemente para no servir al rey. Francisco padre se casó en Argentina con Micaela (o Concepción) Martínez Cerdeira con quien tuvo cinco hijos (Enrique, Francisco, Ricardo, Federico y Adelaida). Bernárdez quedó viudo en 1916 y volvió a casarse al poco tiempo (cuando ya tenía unos 50 años) con Dolores Silva Novoa, 25 años más joven. En 1920 dio a luz su hija Aurora, quien luego fue pareja del reconocido escritor Julio Cortázar durante aproximadamente 15 años, y en los años siguientes nacieron sus hermanos Mariano y Teresa. En el artículo se menciona que Francisco padre era dueño de una industria de tabacos que fabricaba la marca de cigarrillos INOFENSIVOS (registrados en 1924, como ya hemos mencionado), que se fundió pero que aparentemente logró recuperarse. En 1925 el fisco le inició un juicio por una deuda de $5500 en impuestos internos y 1934 se decreta la quiebra de la firma debido a la imposibilidad de cobrar la deuda.[579]

El artículo también reproduce una carta de Paco a un colega, en el año 1924, que finaliza "…*Yo me dedicaré al periodismo. Estoy por entrar en un diario. Ya le daré más detalles. Mi dirección es Calle Adolfo Berro, 3836. Buenos Aires*." Esta es una clara evidencia de que Bernárdez padre y su hijo Paco estaban domiciliados en el mismo sitio en el que funcionaba la fábrica de cigarrillos a mediados de la década de 1920. Podemos también decir que perduró solo unos pocos años.

La Generosa, de Rodríguez y D'Amico



En el año 1900, con el comienzo del nuevo siglo, se estableció la firma La Generosa de los señores Rodríguez y D'Amico. Su primera fábrica funcionó en la calle Rivadavia 1211, en donde centralizó su producción hasta septiembre de 1905 cuando la manufactura se trasladó unas dos cuadras, hasta la calle Alsina 1241. Debido al incremento en las ventas a principios de 1910 se hizo necesaria una nueva mudanza a un edificio más amplio en la calle Paso 436, en el barrio de Once.
Entre fines de 1909 y principios de 1910 aparecieron algunas publicidades[580] en formato de artículo periodístico que describen cabalmente el acelerado desarrollo de que tuvo La Generosa.

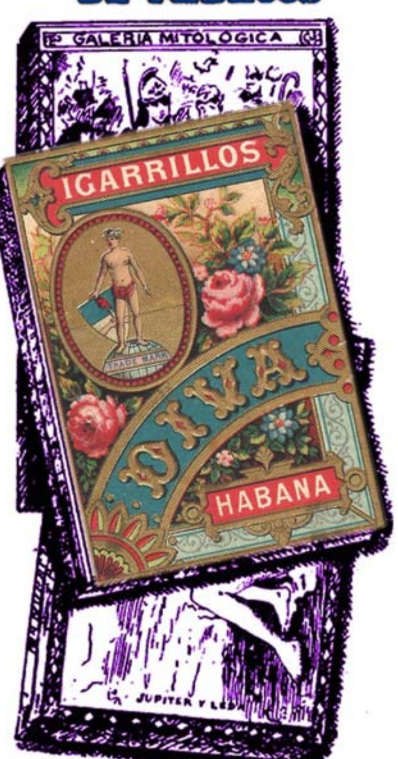
Fábrica de cigarrillos de los señores Rodríguez y D'Amico
Nuestra fábrica de cigarrillos, instalada con todo género de amplitudes, se encuentra en la actualidad en un tren de franco progreso. Desde la iniciación de la fábrica, hemos tenido la fortuna de que el público nos dispensara su favor y nosotros, por nuestra parte, no hemos vacilado en esforzarnos para brindarles productos de primera calidad y de indiscutible ventaja sobre los productos similares. Nuestros cigarrillos DIVA EXTRA, elaborados con tabaco habano, de 20 centavas pueden equipararse a otros cigarrillos de 30. El público puede ser juez probándolos para expedir su fallo, que será incuestionablemente favorable para nosotros.
Igual cosa podemos decir sobre nuestros cigarrillos BARRILETE, que tanta aceptación han tenido en toda la república. Esta marca la vendemos a 10 centavos con el único objeto de acreditarla bien, pues la clase de su tabaco es de aquellas que se emplean para los cigarrillos de 20 centavos.
La industria tabacalera en nuestro país.
Muy pocos hasta la fecha se han dado cuenta de la importancia de esta industria en nuestro país, la que va tomando cada día mayor desarrollo. Un dato muy sugestivo y que deseamos hacer conocer al público es el siguiente. Nos hemos apersonado a los señores Rodríguez y D'Amico, dueños de la importante fábrica de cigarrillos establecida en esta Capital, en la calle Alsina 1241 al 1243, y realmente nos hemos quedado asombrados al ver la enorme actividad que en ella se despliega bajo todo concepto.



Taller de empaquetado manual de cigarrillos de la fábrica La Generosa, hacia 1909. Esta tarea era realizada casi con exclusividad por personal femenino.

Con la mayor amabilidad estos señores nos proporcionaron los siguientes datos, con documentos y comprobantes a la vista.
En el año que recién terminó (se refiere a 1909), emplearon en la elaboración de sus afamados cigarrillos DIVA EXTRA, de 20 centavos y BARRILETE, ¡que todavía valen 10 centavos!, nada menos que 11.000 fardos de tabaco habano y bahía, equivalente a 700.000 kilos, que representan una producción total de 45 millones de atados de cigarrillos dados al mercado.
Quiere decir, pues, que finalizaron el año 1909 alcanzando muy aproximadamente la venta de sus productos a la fabulosa cifra de 4 millones de atados por mes.
Hay que tener en cuenta que dicha produc-

ción hubiese sido mucho mayor de no haber mediado el inconveniente de falta de comodidad y espacio que hemos comprobado en el actual edificio que ocupa la fábrica, pues la demanda de sus artículos, conocidos con tanta fama y apreciados por el buen fumador, ha superado siempre la producción de estos activos industriales, por lo cual se han visto en la imprescindible necesidad de construir un local propio en la calle Paso 436 al 438, que será en breve inaugurado, construido con todos los adelantos y comodidades modernas y apto para la instalación de tan importante fábrica, que honra a nuestra metrópoli y al país entero.
También esta fábrica elabora los afamados cigarrillos VENUS, de 10 centavos. Para la mejor ilustración del lector, intercalamos algunas vistas de la fábrica, que se nos ha permitido sacar.
Felicitamos pues, a los señores Rodríguez y D’Amico.



Como bien se menciona en los artículos periodísticos, una de las marcas más acreditadas de la firma era la de los cigarrillos DIVA. Esta marca fue originalmente fabricada por la Manufactura Argentina de Tabacos, tal cual puede apreciarse en el aviso[581] de la revista *El Mosquito* del año 1891, al que le hemos superpuesto un fragmento con el frente de la marquilla original. De la imagen podemos inferir que la galería mitológica traía representaciones de artistas famosos de distintas leyendas de la mitología griega y romana. En particular en la imagen inferior puede observarse la inscripción “Júpiter y Leda”, refiriéndose a la leyenda del dios Zeus (Júpiter para los romanos) y la princesa Leda de Etolia.[582]
Sabemos que esta empresa funcionó desde fines de la década de 1880 ya que en las marquillas aparece la dirección Cambaceres 552-558. Esta calle sustituyó a Buen Orden desde fines de 1888 hasta septiembre de 1890, cuando recuperó su nombre original para ser luego renombrada como Bernardo de Irigoyen en 1907. La fábrica tuvo continuidad[583] al menos hasta 1894 y estuvo dirigida por Julio Nogués (muy probablemente de origen francés), quien trabajó junto a José Daumas y Augusto Pech cuando el fundador de la Manufactura Nacional se radicó en Francia.[584]



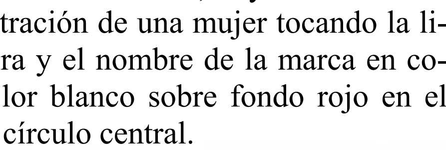


Mostramos también otro diseño de los cigarrillos DIVA de la misma época, algo menos ornamentado y sin el color dorado que inferimos se utilizó para darle más prestigio a la marca. En la etiqueta también se destaca que los cigarrillos no contenían goma, producto que habitualmente se usaba para pegar el papel que envolvía el tabaco y perjudicaba el sabor y el aroma cuando ardía el cigarrillo. La Manufactura Argentina de Tabacos también produjo los cigarrillos AROMÁTICOS alrededor de 1890.



La primera versión de la marquilla DIVA de La Generosa fue originalmente registrada el 22 de noviembre de 1901 (acta Nº 10231) con un diseño que, hasta donde sabemos, nunca llegó a comercializarse. La circulación masiva de estos cigarrillos comenzó en enero de 1903.[585] En la etiqueta puede reconocerse la dirección de la calle Rivadavia 1211-19, correspondiente a este período. Llamativamente el nuevo diseño fue registrado recién en agosto de 1905. Los DIVA se vendían en atados de 20 centavos, trayendo una ilustración de una mujer tocando la lira y el nombre de la marca en color blanco sobre fondo rojo en el círculo central.

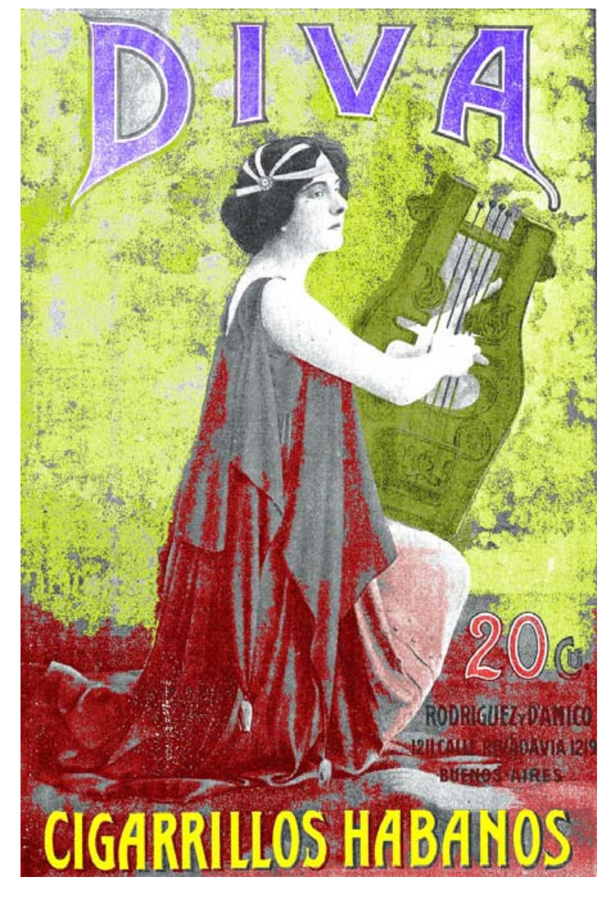






En las primeras publicidades de la marca,[586] registradas a mediados de 1903, aparece la misma imagen de la dama tocando la lira que La Generosa utilizaba en sus marquillas. Dentro de los atados de los cigarrillos DIVA se incluían distintas series de figuritas con fotografías que luego podían canjearse por premios como fotografías pintadas, tarjetas postales en color (impresas en Alemania) o cuadros. Por ejemplo, con la presentación de 500 fotografías se podía obtener un cuadro artístico con su correspondiente marco, premio que se entregaba exclusivamente en las oficinas de La Generosa para evitar roturas o pérdidas. Una singular nota que aparecía al pie del aviso decía lo siguiente: “Las fotografías son devueltas siempre, a fin de evitar contagio de enfermedades peligrosas”.





Hacia 1909 la etiqueta ya había adquirido su fisonomía más reconocida con el formato tipo carterita que podemos ver en la página siguiente. El nuevo diseño fue inscripto el 21 de agosto de 1909 (acta Nº 27179). Conserva aún la escala de grises en la mayor parte de la marquilla con la palabra DIVA en la cara frontal impresa en letras blancas en relieve sobre un fondo rojo. El ejemplar que presentamos es posterior a 1910 ya que en él figura la dirección de la fábrica de la calle Paso 436-438.

Unos años más tarde, luego de que la C. A. T. adquiriera la firma de Rodríguez y D’Amico y centralizara su producción en la calle Uspallata 1720, el establecimiento de la calle Paso sería comprado por la British American Tobacco cuando se instaló en el país la Compañía Nacional de Tabacos. Para esa

fecha la marca era conocida como DIVA EXTRA, por la mejor calidad de tabacos que se empleaban para su fabricación. Aunque seguían vendiéndose a 20 centavos, en el mismo paquete se afirmaba que eran "igual a los de 30" y se garantizaba que para su elaboración se utilizaba tabaco habano de la mejor calidad.

En la cara interna de la marquilla de los DIVA EXTRA aparece una escultura con la leyenda "Monumento conmemorativo del centésimo aniversario de la Independencia Argentina. Proyecto del escultor Gasq". En realidad se refiere a los proyectos que se presentaron para construir un monumento en el centro de la Plaza de Mayo para celebrar el centenario de la revolución de 1810. La obra que se reproduce fue realizada por el escultor francés Paul Jean-Baptiste Gasq (1860 -1944) en colaboración con Georges Chedanne. Entre los bocetos finalistas también estaban el de los italianos Gaetano Moretti y Luigi Brizzolara; el de Miguel Blay, Jules Lagae y Eugenio D' Huicque; y el de Rogelio Irurtia. El primer premio fue otorgado al boceto *Pro-Patria et Libertate*, del arquitecto Moretti y el escultor Brizzolara, sin embargo el monumento nunca llegó a construirse debido a su alto costo y el centro de la Plaza se cubrió con el traslado de la Pirámide.



Las fotografías que venían en los atados de DIVA no solo podían canjearse por premios, sino que la firma ofrecía una recompensa de $300 en efectivo a quienes tuvieran las cinco primeras series completas de figuritas. Luego de unos meses la cantidad y variedad de los premios canjeable había aumentado considerablemente. Además de retratos, álbumes y cuadros, si se contaba con la cantidad suficiente de fotografías ahora podían obtenerse cadenas, bastones, alfileres, cigarreras, floreros, carteras, muñecas, relojes, y una inmensa cantidad de otros objetos. A modo de ejemplo mostramos algunas de las figuritas[587] con fotografías de una de las tantas series de los cigarrillos DIVA. En este caso pertenecen a la edición "Cigarrillos Habanos DIVA, Joya del Arte". Una de ellas lleva el Nº 88, así que presumimos que cada serie contenía 100 fotografías diferentes. Como en muchas otras etiquetas y figuritas del momento, la presencia de mujeres con poca ropa era un atractivo adicional para convencer a

los fumadores a que cambiaran de marca. Como otra estrategia para aumentar las ventas, a fines de 1903 se comenzaron a incluir en los paquetes de DIVA 1250 décimos de la Lotería del Millón organizada por la Lotería Nacional. En 1910 y luego en mayo y agosto de 1911 se realizaron distintas ediciones de un concurso que premiaba a quien pudiera reunir mayor cantidad de etiquetas vacías. Había un primer premio de $800 y luego premios menores desde $150 hasta $10 por una suma total de $2200.

Desde principios de 1910 las publicidades de los cigarrillos DIVA EXTRA destacaban la venta mensual de atados de la fábrica de Rodríguez y D’Amico. Así en febrero de 1910 las ventas alcanzaron los 3.5 millones de paquetes mensuales y algo más de un año después, en mayo de 1911, esa cifra casi se había duplicado, llegando a 6 millones de atados en un mes.

Este crecimiento notable en la producción y en la aceptación de los productos de la firma, explican la necesidad que hubo de mudarse al nuevo establecimiento de la calle Paso 436-438 en 1910. Notar que hacia 1911 las ventas eran similares e incluso superiores a las de Piccardo y Cía. que en todo ese año vendió 63 millones de paquetes.





En las dos publicidades[588] que mostramos se emplean como ejes centrales los mismos personajes que en la mayoría de los avisos de las demás tabacaleras: mujeres y niños. La segunda publicidad tiene la particularidad de mostrar a una abuela encendiendo el cigarrillo de, probablemente, su nieto. A diferencia de la mayoría de los avisos con niños en los que fuman a escondida de sus padres, en este caso se intenta mostrar que una buena abuela es aún mejor si incita a fumar a su nieto para que este se haga hombre.











La marca DIVA fue renovada por la C. A. T en 1919 y luego por Piccardo por lo menos hasta 1930.

La otra marca ícono de la firma de Rodríguez y D’Amico fue BARRILETE. Estos cigarrillos se inscribieron en el la Oficina de Patentes y Marcas por primera vez en 1905 y al año siguiente, el 21 de febrero de 1906, se registró la marquilla que prácticamente no varió durante toda su historia. Las primeras etiquetas, en las que aparece la dirección de la calle Alsina 1241, se destacaban porque las letras del nombre y algunos adornos estaban impresos en color dorado. Tratándose de una marca económica, desde por lo menos 1910 se reemplazó el do-

rado por marrón para abaratar los costos de impresión. Los cigarrillos BARRILETE se comercializaban en carteritas de 10 centavos, aunque según sus fabricantes estaban hechos con tabaco Habano y Bahía y se vendían a ese precio con el objetivo de acreditarlos entre los fumadores. Incluso se desafiaba a la competencia a que probara que los BARRILETE contenían otro tabaco que no fuera de calidad habano o bahía y se advertía a los consumidores que el precio de 10 centavos era solo por "ahora" y que "después" pasarían a costar 20 centavos.



El ejemplar que mostramos en la página previa es posterior a 1911 cuando la empresa ya había sido adquirida por la Compañía Argentina de Tabacos y la dirección que aparecía en las marquillas era la de Uspallata 1112 o también Uspallata 1720. Según pudimos constatar, la última publicidad de La Generosa en la revista *Caras y Caretas* apareció en agosto de 1911, coincidente con la fecha aproximada en la que la C. A. T. se había hecho de los activos de esta fábrica. La etiqueta era impresa en los talleres litográficos de Günche, Wiebeck y Turtl.

Luego de 1916 la leyenda "tabaco Habano" que aparecía en la parte frontal de la marquilla fue reemplazada por "tabaco superior" sincerando la calidad del tabaco que se utilizaba para elaborar los cigarrillos. El texto que aparecía en una de las caras internas de la marquilla fue reemplazado por: "Consecuentes con nuestro lema y conocido como es el crédito de nuestra marca BARRILETE, no nos cansamos de repetir a nuestros favorecedores que estos serán siempre elaborados con TABACO DE SUPERIOR CALIDAD".

Al igual que los DIVA EXTRA esta marca también utilizaba niños en sus publicidades (como la de las cuatro niñas que aparecen tirando con todas sus fuerzas de un paquete gigante de BARRILETE y otro de DIVA) y atraía a los consumidores con premios de distinto tipo. El cartel de chapa que indica "buen tabaco y buenos premios" es de la década de 1930, como puede deducirse por la cantidad de diez cigarrillos que venían en el paquete. La leyenda hace referencia a los cupones que venían en algunos atados y que podían canjearse por un peso moneda nacional. En esa época (y desde 1919) los BARRILETE ya eran fabricados por Piccardo y Cía.



Con respecto a la continuidad en el tiempo de los BARRILETE, la Compañía Argentina de Tabacos renovó los derechos sobre la marca en abril de 1916 y luego Piccardo presentó solicitudes ante el Registro de Marcas en los años 1923, 1926 y 1936. No tenemos evidencias de que la marca haya perdurado más allá de la década de 1930/40.

Finalizamos la descripción de la marca BARRILETE con un par de datos anecdóticos que muestran la gran popularidad que tuvieron estos cigarrillos. En aquellos años era usual que las carteritas de los cigarrillos más baratos se vendieran por mitades, así cuando se acercaba algún cliente frecuentemente se escuchaba –¿me da media carterita de BARRILETE? y la respuesta invariable del almacenero era: –son cinco centavos.

La marca fue inmortalizada en la primera novela del escritor argentino Roberto Arlt (1900-1942) llamada *El Juguete Rabioso*,[589] publicada en 1926. Allí un joven de 14 años describe el comercio de un zapatero andaluz con el comentario: *A veces entrábamos a comprarle medio paquete de cigarrillos BARRILETE, y el hombre renegaba de tener que dejar el banquillo para mercar con nosotros*.



Otra de las marcas de considerable éxito de la firma de Rodríguez y D'Amico en el segmento de 10 centavos fue VENUS, que se inscribió el 13 de septiembre de 1900 y que al poco tiempo comenzó a venderse. Sin embargo, el registro en el que aparece la ilustración de la marquilla es recién del 10 de agosto de 1905 (acta Nº 16012). La primera marquilla que mostramos es con seguridad anterior a 1904, pues una de las direcciones de los beneficiados por los sorteos es de la calle Patagones, que cambió a Coronel Chilavert en octubre de 1904.



Muchas de las etiquetas de la época traían impreso también el interior listando, como en este caso, a los favorecidos con los premios entregados por la firma o, en otras ocasiones, describiendo las ilustraciones de las caras externas. Los atados de VENUS, junto con los de otras marcas de la empresa como CÉSAR y VERDI, traían en su interior billetes para los sorteos ordinarios de la Lotería Nacional. Debido probablemente a que algunos comerciantes retiraban los billetes de los paquetes en beneficio propio, en la misma marquilla se advierte a los fumadores que rechacen los atados en los que la estampilla fiscal no esté intacta.

También era posible canjear cinco etiquetas vacías por una llena, con lo que los fumadores de esta marca obtenían un descuento del veinte por ciento en el precio de los cigarrillos.





En la cara posterior de la etiqueta solía haber una ilustración variable con, por ejemplo, banderas de distintos países. También aparecían historias coleccionables como el caso de la novela *Juan Moreira*, escrita en 1880 por la prestigiosa pluma del argentino Eduardo Gutiérrez (1851-1889). La ilustración de la marquilla que lleva el Nº 13, está acompañada por un texto que describe la pelea de Moreira con los indios mapuches en la toldería de Simón Coliqueo, ubicada en la Tapera de Díaz cerca de la actual población de Los Toldos, en el noroeste de la provincia de Buenos Aires.

La marquilla con el Nº 6 corresponde a la historia de Juan Cuello, un personaje gauchesco real que tuvo frecuentes roces con la policía. Fue desertor del ejército y terminó fusilado en 1851 por orden del gobernador de Buenos Aires Juan Manuel de Rosas. Su historia de amores y enfrentamientos con la ley fue contada también por Eduardo Gutiérrez en un drama policial escrito en 1880, que lo convirtió en un héroe romántico muy admirado por los porteños.

La marquilla con el Nº 28, indicando que se trataba de series compuestas por un número importante de ejemplares, es de una serie dedicada al *Gaucho Martín Fierro*. Este poema narrativo fue escrito por José Hernández en dos partes "La Ida" en 1872 y "La Vuelta" en 1879. La historia del gaucho matrero es considerada como libro nacional de la Argentina y fue traducida a más de 70 idiomas.

En 1915 la C. A. T. renovó los derechos comerciales sobre esta marca de cigarrillos, que se continuaron vendiendo por lo menos hasta 1918. En 1925 la marca volvió a ser anotada por Piccardo, aunque es muy posible que su venta ya se hubiera discontinuado.

Si bien el término VENUS en este caso se refiere a la diosa del amor y no al planeta del sistema solar, existieron otros nombres ligados a planetas. Entre ellos contamos a la marca SATURNO, registrada en 1913 por Manuel Pérez para la clase 21 de tabacos, cigarros, cigarrillos, rapés y artículos para fumadores. Esta misma denominación fue utilizada para trabuquillos (variedad de cigarros) fabricados por la manufactura de tabacos, cigarros y cigarrillos de Julio Olivier en la provincia de Corrientes en 1911. Mucho más recientemente (1975) apareció una marca de testeo llamada JÚPITER. También fueron registradas la marca MARTE por José Sacchero en 1902 y NEPTUNO por Mauricio Sido y Cía. en 1916, renovada sucesivamente hasta 1947, pero referidas al dios de la guerra y al de los mares en la mitología romana, respectivamente.

Los cigarrillos VERDI se vendían al menos en dos presentaciones, la carterita de 10 centavos y el paquete redondo, Nº 15 de La Generosa, a 15 centavos el atado. La marca recuerda a Giuseppe Fortunino Francesco Verdi (1813–1901), compositor romántico italiano del siglo XIX, probablemente el autor más notable de la ópera mundial.[590] Verdi creó algunos de los títulos más populares del repertorio lírico, como los que componen su trilogía popular o romántica: Rigoletto, La Traviata e Il Trovatore y las obras maestras escritas en su madurez como Aída, Don Carlo, Otello y Falstaff.
En la carterita aparece el tenue rostro de Verdi en el cielo sobre el mar, mientras una dama toca el arpa, quizás como homenaje a su reciente fallecimiento. En la cara posterior de la marquilla se ilustra la última escena de Otello, penúltima ópera compuesta por Verdi basada en la obra teatral de William Shakespeare y estrenada en Milano en 1887. En esa escena Otelo que se lamenta de la muerte de su esposa Desdémona, extrae una daga de su ropa y se apuñala.
Las obras de Verdi se presentaron en nuestro país en forma simultánea con las principales capitales del mundo. La Traviata fue la ópera con la que se inauguró el antiguo teatro Colón de Buenos Aires en 1857, solo cuatro años después de su estreno en Venecia.
Ese primer teatro Colón estaba ubicado en la Plaza de Mayo, en el sitio que actualmente ocupa el Banco de la Nación Argentina. Las actividades del viejo Colón se extendieron hasta 1888, año en el cual se cerraron sus puertas con otra ópera de Verdi, Otello, recién presentada en Milano. Aída se estrenó en el continente americano en ese mismo teatro el 04 de octubre de 1873, dos años después de su estreno en El Cairo y antes de representarse en Nueva York y en muchas de las principales capitales de Europa. Esta misma ópera se eligió para la inauguración oficial del nuevo teatro Colón el 25 de mayo de 1908.



Al igual que otras marcas de la fábrica, las caras internas de la etiqueta traían ilustraciones de banderas y escudos, en este caso de Colombia y de la Santa Sede Católica (la ciudad del Vaticano recién comenzó su existencia en 1929). Por los números que acompañan a las imágenes es presumible que haya existido una variedad muy grande de estas marquillas.
El paquete de VERDI de 15 centavos muestra un busto del compositor italiano, flanqueado por dos mujeres. La de la izquierda quizás represente a la princesa etíope Aída de la ópera del mismo nombre, mientras que la dama del arpa homenajea su reciente fallecimiento.
No hallamos la inscripción de los cigarrillos VERDI en el Registro de Marcas, pero sabemos que comenzaron a venderse en la misma época que los VENUS, y ya no se comercializaban en 1918.



Además de los cigarrillos DIVA, La Generosa fabricó otras marcas de 20 centavos como PURITOS y CÉSAR. Estos fueron registrados el 18 de abril de 1901 (acta Nº 9640). Estaban elaborados con tabaco habano, según se indica en las mismas etiquetas. Ambas marcas pertenecen a la primera época de la empresa ya que su manufactura se realizaba en el establecimiento de la calle Rivadavia 1211-1219.

En el caso de los cigarrillos CÉSAR la marquilla que presentamos se trata de una prueba de colores realizada por la imprenta Günche, Wiebeck y Turtl, en cromolitografía de ocho colores: dorado, amarillo, rojo, marrón, azul oscuro, celeste, gris y rosado (que se listan en italiano en las ventanas internas de la etiqueta).

Julio César (100-44 a.c.) fue Dictador de la República Romana entre los años 49 y 44 a.c cuando murió asesinado por una conspiración de algunos integrantes del senado. Si bien su gobierno fue breve, su labor militar, legislativa, e incluso su obra como escritor e historiador, fue enorme. Por esa razón luego de su muerte se lo deificó como *Divus Julius* o *Divus Caesar*, el Divino César. A partir de entonces el nombre César se convirtió en común a todos los emperadores posteriores; desde Augusto hasta Nerón adoptaron el nombre César, que acabó siendo una especie de título más que un nombre. Tanto prestigio acumuló este título que hasta los apelativos káiser y zar derivan de César.[591] La corona de hojas de laurel fue otro de los símbolos que popularizó Julio César, y se utilizaba para condecorar a los generales victoriosos cuando entraban a Roma. En el busto que aparece en la marquilla se observa al propio Julio César con una corona de oro imitando dos ramos de laurel. Al pie del busto también aparece la inscripción "Divo César".



Los PURITOS de La Generosa fueron inscriptos por Rodríguez y D'Amico el 21 de septiembre de 1900. El nombre describe a un tipo de puro o cigarro hecho íntegramente con tabaco y con una cubierta exterior de hoja de tabaco. Un purito es un puro corto y delgado que, al igual que los cigarrillos, son hechos a máquina y se compran en cajas de diez o veinte unidades, pero generalmente no tienen filtro. Se fuman como un cigarro, es decir sin inhalar el humo. También se los conoce con el nombre de "cigarillos" (con una sola letra r).

Los puritos contienen generalmente unos 3 gramos de tabaco, miden 7 a 10 centímetros de largo y entre 5 y 8 milímetros de diámetro. Comparativamente un cigarrillo moderno tiene menos de un gramo de tabaco, aproximadamente la misma longitud y 10 mm de diámetro. Entre la marcas internacionales más conocidas de cigarillos podemos mencionar a: Cohiba Mini, Montecristo Mini, Cafè Creme, Moods Dannemann, Al Capone y Che.

Ambas marcas dejaron de venderse poco tiempo después de que La Generosa fuera adquirida por la C. A. T.

Otto F. Melchers, el cigarrero de las TRES CORONAS

Otto F. Melchers fue un inmigrante de origen alemán,[592] nacido alrededor de 1875, que fundó la fábrica de cigarrillos Tres Coronas en el año 1896. Inicialmente estuvo asociado con su compatriota Federico (Friedrich) Hormann y el 14 de agosto de 1900 presentaron la primera solicitud de registro de la fábrica (Nº acta 8426) correspondiente a la marca TRES CORONAS. En octubre de ese mismo año anotan LA MOSCA y el 11 de abril de 1901 inscriben TRES CORONAS BOUQUET, de 20 centavos, en cuyo diseño se distingue la dirección de la fábrica en la calle Corrientes 380. Ambos tabaqueros se separaron ese mismo año para establecer su propia fábrica de tabacos. Otto Melchers trasladó su cigarrería a un edificio en la calle Esmeralda 155, a pocas cuadras de la Plaza de Mayo.

La marca más reconocida de la firma fue justamente TRES CORONAS, que se vendía en cuatro variedades: BOUQUET de $0.20, AROMAS (inscripta en 1902), EXTRA de $0.30 y la más cara, llamada RESERVADOS (registrada en 1904), cuyo precio era de 40 centavos el atado. En 1907 anotó su última marca, los AROMAS de 20 centavos.

Otto F. Melchers

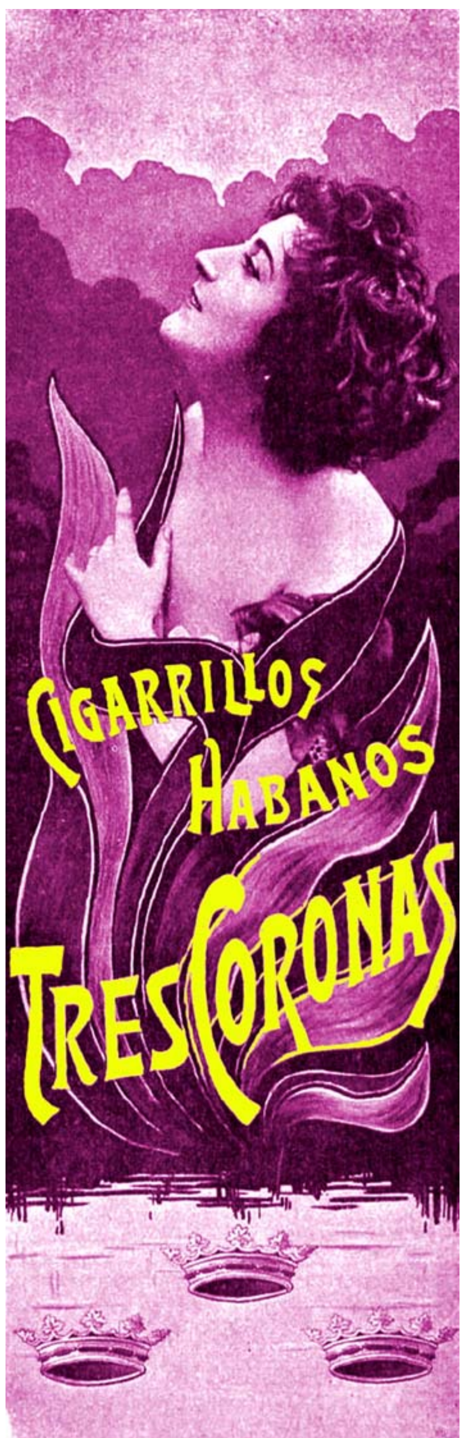
El nombre de la marca puede tener varios orígenes, pero muy probablemente se derive del emblema nacional sueco presente en el Escudo de Armas del Reino de Suecia, que se caracteriza por tener tres coronas abiertas de oro sobre un fondo azul superpuestas dos sobre una. El escudo de las tres coronas ha sido utilizado como símbolo de Suecia por lo menos desde 1336. Las tres coronas eran en aquel tiempo un símbolo muy conocido de los Reyes Magos, aunque otra teoría sobre el significado del escudo señala que el rey Magnus Eriksson lo adoptó como símbolo de su título de "Rey de Suecia, Noruega y Escania", por lo que las tres coronas simbolizan su reinado sobre tres estados distintos. Además del escudo sueco, los escudos de Dinamarca y de la Ciudad de Lima, Perú, también poseen el diseño de las tres coronas. Como puede verse en las etiquetas y en las publicidades[593] de la marca, la disposición de las coronas en la marquilla de cigarrillos es inversa a la de los escudos, ya que hay una en la parte superior y dos debajo.



Marquilla de los cigarrillos TRES CORONAS BOUQUET de 20 centavos registrada por Hormann y Melchers en 1901.

Los cigarrillos de Otto Melchers fueron profusamente publicitados en la revista *Caras y Caretas*. Desde marzo de 1902 a septiembre de 1911 se editaron 480 números de este semanario en los cuales aparecieron un total de 288 avisos de la fábrica de los TRES CORONAS. Esta marca fue la segunda más publicitada en la historia de la revista luego de EL 43 de Piccardo (con un total de 509 avisos), superando a nombres del prestigio de CENTENARIO (242), PARÍS (236), VUELTA ABAJO (225), MONTERREY (211), REINA VICTORIA (175), LA SIN BOMBO

(142) e IDEALES (104). Los avisos de los cigarrillos TRES CORONAS, sin embargo, solían repetirse sin variantes durante varios números seguidos y, en general, eran bastante simples, conteniendo mucho texto y poca elaboración en el diseño gráfico.



Un artículo periodístico[594] nos describe en detalle las características del establecimiento y la forma de atraer nuevos fumadores presentando colecciones de figuritas.

Cigarrillos TRES CORONAS

Penetrar en la cigarrería del señor Otto F. Melchers, la expendedora de los acreditados TRES CORONAS, es penetrar a un centro de múltiples y casi diríamos febriles actividades que se desarrollan en aquellos talleres amplios montados a la moderna y que usa de procedimientos mecánicos dentro de su complicada tecnología. Los más sencillos, y que aseguran en la elaboración de los cigarrillos no solamente higiene estricta, sino también elegancia y economía, al propio tiempo para el fabricante, dato que debe interesar a los fumadores, pues es bien sabido que lo que no se va en faldas se va en mangas, y en este caso las mangas serían los desperdicios, el tiempo perdido, etc., cosa que obligaría a sustituir un buen tabaco por uno malo o puramente mediano. En cambio con tal sistema en que la economía entra por la mejor parte, el propietario puede ofrecer al público una calidad de tabaco flor de primer orden, y que ya sabemos cuantos fumamos los célebres TRES CORONAS, hacen las delicias de los buenos paladares.

Y en cuanto al sistema puesto en práctica para distribuir entre los coleccionistas de figuritas premios tan apetitosos como los mil pesos, he aquí como nos los explicó el mismo gerente, señor Weil:

"Se funda sobre la base de las grandes cajas de ahorro acumulativas de Alemania. Actualmente el fondo de reserva acumulado a tal objeto asciende a la suma de $46.000, capital que mensualmente se aumenta en $7000 con los nuevos fondos e intereses acumulativos.



Frente de la marquilla de los cigarrillos TRES CORONAS EXTRA de 30 centavos.

De modo, pues, que en todo momento los interesados pueden reclamar las sumas que le correspondan. Lo único que sucede es que la mayor parte de los fumadores no han adquirido el hábito de coleccionar las figuritas que les corresponden por cada atado de cigarrillos y en consecuencia las cantidades ofrecidas en premio no se distribuyen, aumentándose en forma asombrosa el capital acumulado.

Debemos consignar un dato que honra al señor Melchers. Este tiene dispuesto que si en adelante no se cobran más a menudo los premios, parte del capital será destinado a sociedades de beneficencia.

Por otra parte el favor siempre creciente del público, permite a los dueños de esta marca de cigarrillos aumentar al propio tiempo las ventajas favorables a los fumadores. No todo está basado en una especulación más o menos interesada y que si algo hace es en último término satisfacer las aspiraciones de un comerciante cualquiera, más o menos interesado o egoísta, sino que también existe un deseo más amplio y simpático como es el de satisfacer también al consumidor. Hay asimismo quien posee condiciones de dilettanti (conocedor) artístico y aprecia en su justo valor las figuritas con que obsequian en sus paquetes los cigarrillos TRES CORONAS, e inducidos sin duda por un principio de economía y buen tino, las conservan y poco a poco alcanzan a poseer las series necesarias para que en cambio se les otorguen los premios que le corresponden en cada caso. Últimamente han recibido premios de mil pesos los señores: (se lista a los ganadores)



Para obtener los mil pesos de premio de los cigarrillos TRES CORONAS era necesario completar diez series de cien figuritas distintas cada una, es decir que había que reunir una colección compuesta por un total de mil ejemplares.
Las figuritas con fotografías que se muestran corresponden a las series 31 a la 40 sobre las que se entregó el primer premio de mil pesos a fines de 1903. Durante el año siguiente se entregaron $29.000 a los 29 afortunados que pudieron completar las 1000 figuritas de estas diez series y hasta julio de 1905 se premiaron a los que coleccionaron todas las fotografías con un total de $43.000.
Pasada la segunda mitad de 1905 la empresa de Otto Melchers comenzó a incluir bonos en los paquetes de cigarrillos, en lugar de las figuritas. Al igual que el mecanismo utilizado por otras tabacaleras, estos bonos podían acumularse para ser canjeados por una vasta lista de premios entre los que se incluían 5000 relojes de bolsillo chatos de plata y de níquel que podían obtenerse a cambio de 300 y 250 bonos, respectivamente.[595]
Los avisos de la fábrica Tres Coronas como propiedad de Otto Melchers siguieron apareciendo sostenidamente hasta fines de 1907. Sin embargo, en junio de 1908 la fábrica pasó a manos de Avelino Molina y Cía. Desconocemos a qué actividad comercial se dedicó Melchers luego de vender su empresa, aunque hallamos algunas publicaciones en el *Boletín Oficial*[596] en las que por decreto presidencial se le inició una causa judicial por una deuda contra el fisco de $118 en 1911 y otra por la falta de pago de $1255 por derechos aduaneros en 1915. Esto último sugiere que estuvo involucrado en la importación de mercadería desde el extranjero.



Marquilla de los cigarrillos TRES CORONAS RESERVADOS de 40 centavos, los más caros que producía la fábrica de Otto Melchers.



Publicidad de los cigarrillos TRES CORONAS y los nuevos AROMAS de 20 centavos, elaborados por la fábrica de Otto Melchers.

Avelino Molina estuvo ligado al rubro del tabaco al menos desde 1903 cuando la razón social Molina y Oyuela, con domicilio en Florida 34, registró la marca NEÁPOLIS de 20 centavos (acta Nº 11691). El nuevo dueño continuó fabricando los cigarrillos TRES CORONAS, y además incorporó la marca NEÁPOLIS en versiones de 20, 25, 30 y 40 centavos, y la marca de lujo CARLOS PELLEGRINI de 60 centavos, inscripta el 09 de octubre de 1908 con el acta Nº 24401.

NEÁPOLIS es un nombre de origen griego que significa "ciudad nueva". Han existido varias Neápolis a lo largo de la historia, aunque la más reconocida de todas es la actual ciudad italiana de Nápoles. Su nombre se origina varios siglos antes de Cristo a partir de la población de Parténope (la menor de las tres sirenas que intentaron seducir a Ulises con su canto), junto a la cual se fundó una Nueva Ciudad (Nea Polis) para fomentar su crecimiento. Si bien no se conoce con precisión la fecha exacta de la fundación de la ciudad de Nápoles, los últimos hallazgos arqueológicos apuntan a que fue fundada en el siglo VI antes de Cristo.



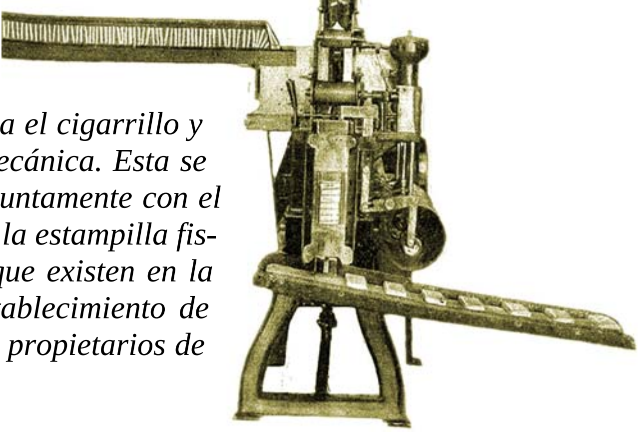
Fragmento de la carterita de los cigarrillos AROMAS de 20 centavos. Fueron registrados por Otto Melchers en 1907.

La fábrica de Molina continuó funcionando en el local de la calle Esmeralda 155, pero sus nuevos dueños incorporaron moderna maquinaria para la manufactura de los cigarrillos. En particular, esta firma fue una de las primeras en utilizar las empaquetadoras mecánicas que realizaban la tarea de colocar los cigarrillos dentro de los atados, reemplazando así la labor que efectuaban decenas de operarias en forma manual. El funcionamiento de las empaquetadoras se describe muy detalladamente en una nota[597] periodística aparecida en *Caras y Caretas* en 1908:

Invento maravilloso para empaquetar higiénicamente los cigarrillos

Mediante este extraordinario invento cada cigarrillo llega a poder del fumador sin que ninguna mano extraña lo haya tocado antes.

Una máquina recibe el tabaco y el papel, fabrica el cigarrillo y lo envía mecánicamente a la empaquetadora mecánica. Esta se hace cargo de él, lo introduce en la marquilla juntamente con el cartoncito o figurita, cierra el paquete y le pega la estampilla fis-fiscal. Las únicas empaquetadoras mecánicas que existen en la República Argentina están instaladas en el establecimiento de los señores Molina y Cía., calle Esmeralda 155, propietarios de las marcas TRES CORONAS y NEÁPOLIS.



Esta vista fotográfica describe suficientemente el procedimiento higiénico de la empaquetadora mecánica. Luego de que la máquina cigarrillera arma los cigarrillos (sin intervención de las manos del operador) y la empaquetadora los recibe, los empaqueta y los entrega, dentro de una marquilla cerrada, a las cigarreras. Es curioso que la máquina empaquetadora coloca también el cartoncito o la figurita, ¡y hasta la estampilla fiscal!

Ha sido resuelto en Buenos Aires un problema de higiene, de suma importancia para los fumadores, planteado desde que se conocen las fábricas de cigarrillos, cuyos productos surten la mayor parte del tabaco que se consume, pues, sabido es que aquí el cigarro de hoja y el tabaco para pito no gozan de la popularidad alcanzada en otros países.

El cigarrillo, sobre todo el armado, tiene por la comodidad que representa, una salida enorme, y es por su colosal difusión que una deficiencia cualquiera en cuanto a higiene significa una grave amenaza para la salud pública.

Y existe, en efecto, una deficiencia que por haber sido insanable hasta hoy fue aceptada resignadamente por los fumadores y por el Departamento Nacional de Higiene. El cigarrillo, para ser empaquetado necesitaba pasar, materialmente, por las manos de los obreros y ponerse en contacto con mesas y mostradores. La operación era antihigiénica, porque durante su transcurso se adherían al cigarrillo suciedad, polvo y gérmenes de enfermedades, pero ¿de qué valía constatarlo si no se podía evitar? ¿Cómo exigir una constante limpieza y desinfección de las manos del obrero, del local en que trabajaba, de los útiles de que se servía, cuando lejos de perder el tiempo en tales medidas era necesario apresurarse en la labor, no sólo a expensas de la higiene en el trabajo, sino de la misma salud del obrero, comprometida por una actividad febril?

Pues bien, todo esto, como lo decíamos al principio, ha quedado resuelto en la forma más completa deseable, y con una sencillez maravillosa, por una de las proezas a que nos tiene acostumbrados la maquinaria. Se ha inventado, en efecto, una máquina acerca de la cual nuestros grabados dan una abundante explicación, que automáticamente recibe los cigarrillos, los empaqueta juntamente con el cartoncito o figurita, fija la estampilla fiscal, cierra el paquete, y en fin deja todo listo sin que hayan intervenido para nada la mano de los operarios. Cada una de estas máquinas hace 3.000 paquetes por hora.

El único establecimiento que las posee en Buenos Aires es el de los señores Molina y Cía., calle Esmeralda 155, propietarios de las marcas TRES CORONAS Y NEÁPOLIS. Los señores Molina, hombres progresistas, han obtenido patente exclusiva para una máquina modificada que hace paquetes en forma de carterita, pues el invento primitivo sólo hace los que se abren por la parte superior.

Los atados de cigarrillos de 20 centavos de los señores Molina llevan en el interior bonos valuados en dos centavos, quo se pueden canjear por premios o artículos en las principales casas comerciales. Los señores Molina y Cía. han obrado inteligentemente introduciendo en la fabricación de cigarrillos una reforma tan trascendental para la higiene. No es posible, después



Paquete de los cigarrillos NEÁPOLIS de 20 centavos fabricados por Avelino Molina y Cía.

de aquel invento, que se hallen en pugna los intereses del industrial y la salud pública. Los fumadores, en justa compensación, han de premiarles su noble esfuerzo aumentando el consuno de los cigarrillos TRES CORONAS y NEÁPOLIS, afamados ya por el excelente tabaco con que son elaborados. Por lo pronto, ha despertado el mayor interés la instalación de las empaquetadoras mecánicas
La máquina empaquetadora suprime la instalación y el procedimiento antiguos, su falta de higiene y sus peligros para la salud pública, que no podían impedir las lindas manos de las cigarreras.



Frente de la marquilla de los cigarrillos NEÁPOLIS de 25 centavos fabricados por Avelino Molina y Cía.

La fábrica de Avelino Molina y Cía. utilizó abundantemente en sus publicidades la exclusiva incorporación de su empaquetadora mecánica, para resaltar las condiciones de higiene en las que se fabricaban sus cigarrillos.
De hecho, a principios del año 1909 obtienen el siguiente certificado[598] emitido por el Departamento Nacional de Higiene,

Buenos Aires, Enero 18 de 1909.
Señores Avelino Molina y Cía.
Me es grato transcribir a Vds. a continuación el informe elevado a este Departamento por el Señor Jefe de la Sección I relativo a la inspección pedida por Vds. de una máquina destinada empaquetar cigarrillos. Dice así:

Buenos Aires, Enero 2 de 1909
Señor Secretario: Con el Dr. Ávila Méndez hemos inspeccionado la máquina empaquetadora de cigarrillos que los Señores Molina y Cía. poseen en la calle Esmeralda 155, comprobándose que efectivamente por medio de ella se suprime la manipulación que es forzosa por el conocido sistema en que los operarios tienen que llenar los paquetes y cerrarlos. Esta máquina reúne por estas circunstancias, las ventajas de las mejores condiciones higiénicas y de una rápida elaboración, lo que indudablemente es un progreso en esta industria. Firmado Nicolás Lozano.
Saludo a Vds. muy atentamente.
EZEQUIEL CASTILLA, Secretario



Paquete de los cigarrillos TRES CORONAS BOUQUET de 20 centavos fabricados por Avelino Molina y Cía.

Para atraer a los consumidores con premios, los paquetes de los cigarrillos TRES CORONAS de 20 centavos continuaron incluyendo los bonos de canje con los que ahora podía obtenerse una libra esterlina o una cama de bronce. Para hacerse del premio de la moneda inglesa había que presentar 400 bonos y para la cama 2000 bonos. Para poder cumplir con este último ofrecimiento la firma de Avelino Molina y Cía. tuvo que instalar una gran fábrica de camas de bronce en sus talleres de la calle Esmeralda 155. El valor comercial del producto era de $100, pero se vendía a $70 a quienes presentaran solamente 10 bonos.



La marca CARLOS PELLEGRINI, de 60 centavos el atado, era la más cara y exclusiva de las fabricadas por Molina y Cía. Estos cigarrillos de lujo fueron registrados en 1908, aunque comenzaron a comercializarse recién en el año 1911. Traían boquilla de corcho para evitar que el tabaco llegara a los labios del fumador. Como el resto de las marcas de la firma, los CARLOS PELLEGRINI habían incorporado el empaquetamiento mecánico para acelerar el proceso de producción, además de mejorar la higiene. En la imagen de la marquilla presentada al registro de marcas figura como dirección de las oficinas comerciales la calle Piedras 1023. En esa misma dirección funcionó en 1907 la fábrica La Constancia de Pedro A. Denis, quien elaboraba los IMPARCIALES MILORES de 15 centavos, y en 1910 hallamos a la Compañía Cooperativa de Cigarrillos de Abello y Cía., fabricantes de los cigarrillos ORO de 20 centavos.

Los cigarrillos recuerdan a Carlos Enrique José Pellegrini[599] (1846-1906) abogado, periodista y político argentino que fue electo Vicepresidente de la Argentina en el año 1886. Ocupó varios cargos legislativos y el Ministerio de Guerra y Marina en la primera presidencia de Roca. Como consecuencia de la Revolución del Parque de 1890, y la renuncia de Juárez Celman, asumió la presidencia en 1890 hasta 1892. Durante su gestión revirtió la grave crisis económica provocada por el desmanejo del gobierno de Juárez Celman. Su política de saneamiento de las finanzas se completó con la fundación del Banco de la Nación Argentina, lo que posibilitó una economía muy próspera en los años posteriores y por tal motivo Pellegrini fue conocido como "el piloto de tormentas".

No solo su obra gubernamental es ampliamente reconocida, sino que Pellegrini se destacó por su respeto a la Constitución y por su fomento de las actividades industriales en la Argentina. Fue el hombre de mayor confianza que tuvo Roca, aunque poco antes de morir sus posiciones se alejaron por diferencias en cuanto a la política electoral.

Cigarrillos "Carlos Pellegrini"

$ 0.60, con boquilla de corcho.

EXQUISITO CIGARRILLO DE LUJO



Unico cigarrillo con certificado del Departamento de Higiene por su empaquetado mecánico.

MOLINA & Cía.

155, ESMERALDA, 155

El establecimiento de Molina y Cía. también fue adquirido por la C. A. T. a mediados de 1912, poco después de que dejaran de aparecer avisos publicitarios de la revista *Caras y Caretas*.[600] Los TRES CORONAS Bouquet, Extra y Reservados, los NEÁPOLIS de 20, 25 (15 cigarrillos), 30 y 40 centavos y los CARLOS PELLEGRINI de 60 centavos el atado, continuaron produciéndose al menos hasta fines de 1918. Piccardo, por su parte, renovó el registro de los TRES CORONAS hasta 1932, de los NEÁPOLIS hasta 1923 y de los CARLOS PELLEGRINI hasta 1929.

Federico Hormann y la fábrica de cigarrillos Yolanda

El inicio de la actividad del fundador de la fábrica de cigarrillos Yolanda en el rubro del tabaco lo pudimos rastrear hasta los inicios de la década de 1890. En abril de 1893 lo hallamos formado una sociedad junto a Julio W. G. Juister y alguien de apellido Meier dedicados al comercio de tabaco.[601] En el censo de 1895 aparece un Friedrich Hormann de 28 años, soltero, comerciante y de religión protestante. Por otra parte, en los registros del Centro de Estudios Migratorios Latinoamericanos figura un Federico Hormann, de nacionalidad alemana, que ingresó al país proveniente de Pfalz, ciudad del oeste alemán, cerca de la frontera con Bélgica y Luxemburgo. Su entrada está registrada el 01 de febrero de 1896 en el puerto de Buenos Aires. Tenía en ese entonces 25 años, era comerciante, soltero y de religión protestante. Los datos son coincidentes, salvo la edad que probablemente estuvo mal anotada, por lo que podemos suponer que se trataba de la misma persona.

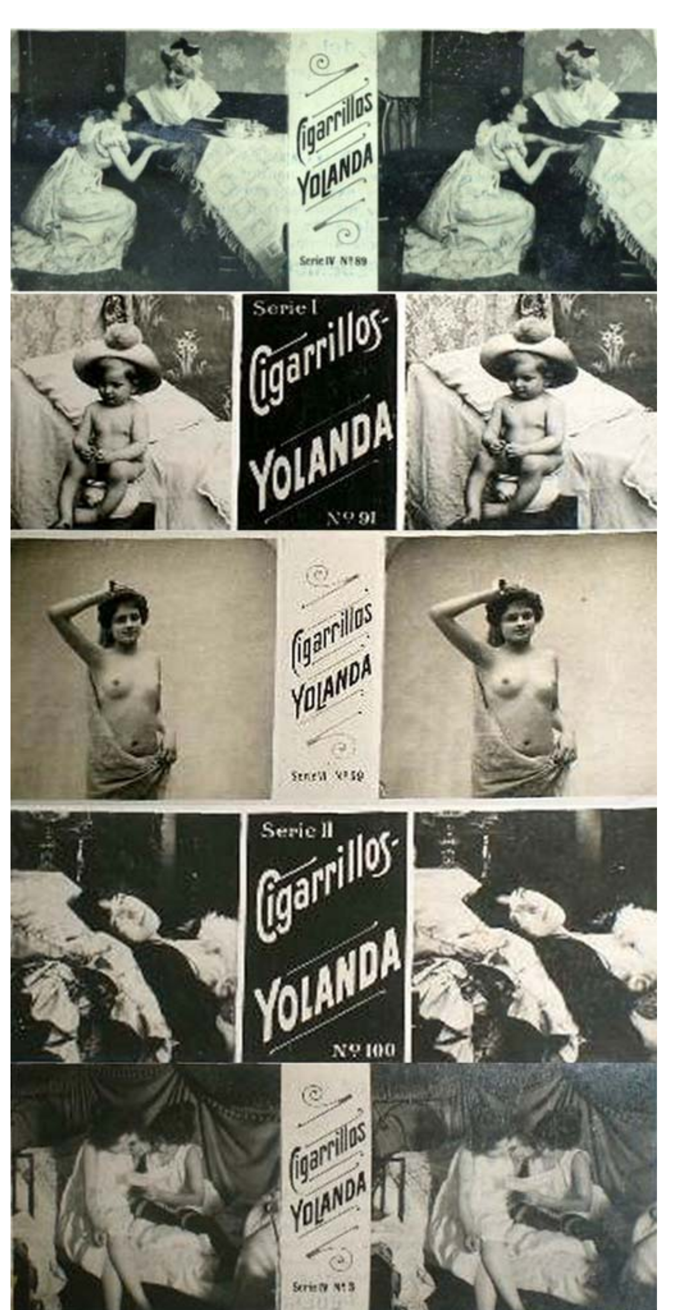
El primer antecedente de Federico Hormann como tabaquero independiente es de cuando solicitó la marca YOLANDA el 19 de julio de 1901 (acta Nº 9968). En la marquilla presentada en el Registro de Marcas figura como dirección de la fábrica la calle San Martín 421, que era donde también funcionó la cigarrería de Julio W. G. Juister. Ese mismo año Hormann anota la marca GIOCONDA y al año siguiente EL GAUCHO, PAMPERO, MAFALDA y BESO (o EL BESO) de 30 centavos, solicitada el 17 de junio y correspondiéndole el acta Nº 10660. En 1904 inscribe REGALÍA y PRÍNCIPE DEL PIAMONTE, sus últimas marcas.





Todos estos datos se corresponden con las publicidades de sus marcas, que empezaron a aparecer en las revistas importantes hacia 1902, corroborando que la fábrica nació en 1901, luego de la disolución de la sociedad con Otto Melchers. En 1902 los talleres ya estaban en la calle Cuyo 1346, que habían pertenecido a Eliseo Pineda dueño de la Manufactura de Tabacos Teniente General Roca. Incluso la etiqueta de EL GAUCHO, que Hormann utilizó al anotar la marca el 23 de abril de 1902, tiene impresos los datos de Pineda.

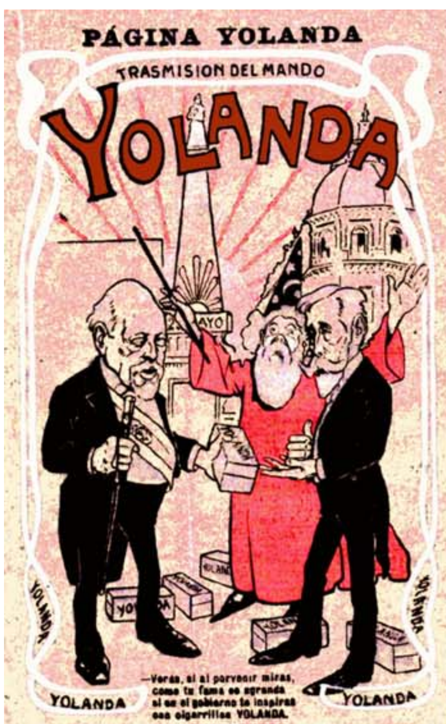
La marca emblemática de la firma fue, sin dudas, la de los cigarrillos YOLANDA, que se vendían en carteritas de 20 centavos. El nombre alude muy probablemente a la Princesa Yolanda Margarita de Saboya (Iolanda Margherita di Savoia), quien nació el 01 de junio de 1901 en Roma, Italia. Fue hija del rey Víctor Emanuel III de Italia y de la Princesa Elena de Montenegro, falleciendo también en Roma en 1986. En el frente de la etiqueta puede verse a una niña con una corona en la cabeza, saliendo de un capullo como símbolo de su nacimiento y en la parte posterior una corona de reina, confirmando la relación del nombre de los cigarrillos con la familia real italiana.

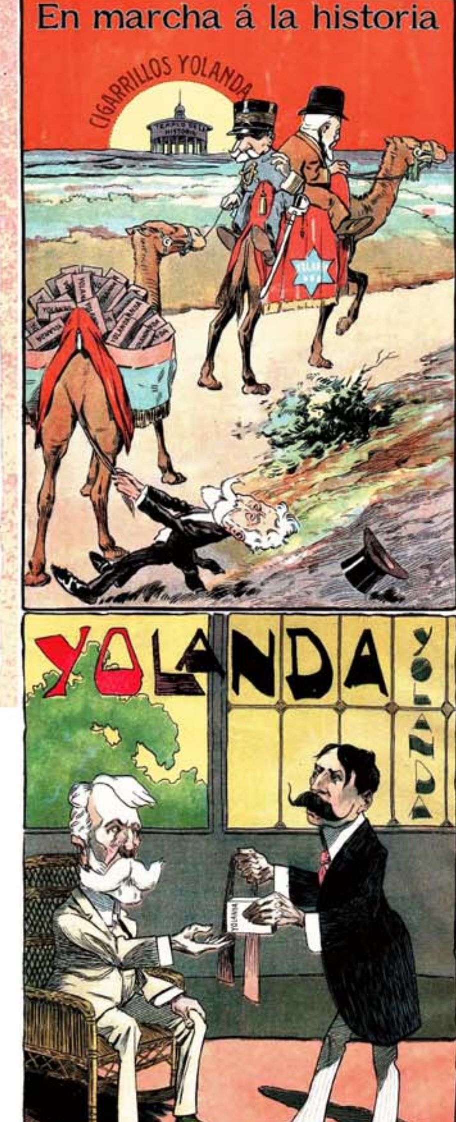


Como se menciona en la propia marquilla, los atados de YOLANDA traían de regalo fotografías estereoscópicas. Estas particulares fotos[602] se editaron en series de a cien unidades con distintos motivos como personas, paisajes, ciudades, retratos e incluso eróticas. En el caso de las fotografías estereoscópicas hubo al menos seis series distintas, además de una buena cantidad de fotografías sin numerar ni seriar. Este singular sistema con sensación de tridimensionalidad y la forma de obtener el visor para poder observar las imágenes estaban descriptos en el reverso de las fotografías de la siguiente manera:

Alta novedad de Arte Moderno
Esta fotografía se mira por un estereoscopio.
La construcción del aparato hace que la doble fotografía se reúna en una sola, que además de salir en aumento tiene la gran atracción de parecer como si uno mirara las personas, los grupos, los paisajes y edificios al natural.
El elegante estereoscopio YOLANDA se puede obtener en todas las cigarrerías al precio de 50 centavos, o en cambio de 50 fotografías YOLANDA. Las personas interesadas en retratarse gratis tienen con estas fotografías las mismas ventajas que con las anteriores, es decir en cambio de 200 de ellas se les dará un vale para una docena de retratos finos tamaño álbum.
Federico Hormann, Cuyo 1346.

Las imágenes eróticas en figuritas y postales (o en las mismas marquillas como el caso de los cigarrillos BESO) comienzan a aparecer casi simultáneamente con la introducción de las primeras tarjetas y cupones en los paquetes de cigarrillos. Ya en el año 1891 algunos ciudadanos elevan sus quejas a los diarios porteños[603] por las figuras (fotografías coloreadas montadas sobre cartón) subidas de tono que se incluyen en los atados de cigarrillos. Entre ellas están las series “Después del baño” o “Elijan ustedes” esta última en que “una mujer bastante frescachona lleva manzanas en una fuente…y algo más”, en las palabras del denunciante. Estas venían en los paquetes de cigarrillos de la marca TELÉGRAFO.
Las fotos eróticas con las que Hormann promocionaba los cigarrillos YOLANDA probablemente hayan sido las más subidas de tono del inicio del siglo XX. Como se menciona en un artículo sobre la primitiva fotografía erótica[604] la marca de cigarrillos YOLANDA obsequiaba a sus fumadores en los quioscos, a cambio de las marquillas usadas, una serie de postales eróticas coleccionables que pueden ser consideradas como una de las pocas fotografías “pornográficas” de la época. Las escenas eran preparadas en el interior de un amplio estudio, con fondos pintados y equipamiento de flashes destellados a magnesio o con abundante luz solar. Como las escenas eran especialmente armadas para el registro fotográfico, es posible que las mujeres que aparecían en ellas fueran las mismas modelos que utilizaban los pintores modernos de obras eróticas, en lugar de mujeres que ejercían la prostitución.



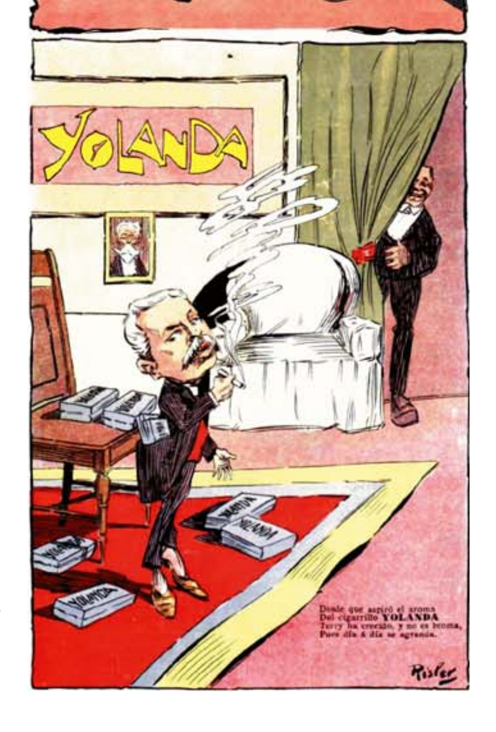


La firma de Federico Hormann también se caracterizó por sus publicidades en las que aparecían caricaturizados los políticos más importantes del momento. Desde mediados de 1904 hasta principios de 1905 varias contratapas de la revista *Caras y Caretas*[605] conformaron la llamada “página YOLANDA”. El período coincide con la finalización de la segunda presidencia de Julio A. Roca y la asunción de Manuel Quintana como jefe de la República.

La caricatura denominada “Transmisión del mando” justamente alude al recambio presidencial ocurrido el 12 de octubre de 1904. En ella Roca entrega a Quintana el bastón presidencial y un cartón de cigarrillos YOLANDA para que “inspire su gobierno y agrande su fama”.

El retiro de Roca, que se simboliza en “En marcha a la historia” con el ex presidente alejándose en camello junto a quien parece ser su ministro de guerra Pablo Ricchieri, mientras Quintana tira de la cola del camello que lleva los cigarrillos YOLANDA. “El Zorro” se apartó paulatinamente de la escena política argentina luego de manejar los hilos del país durante casi tres décadas. En la ilustración central están caricaturizados el presidente Quintana con su Ministro de Justicia e Instrucción Pública Joaquín Víctor González, quien le ofrece un paquete de YOLANDA y la banda presidencial (y según la publicidad, el presidente prefiere los cigarrillos).

Por último aparece José A. Terry, quien fuera su Ministro de Hacienda y aparentemente era de muy baja altura, ya que según asevera la publicidad desde que comenzó a fumar YOLANDA su estatura empezó a crecer.



Manuel Quintana asumió la presidencia del país con 68 años de edad y falleció luego de un año y medio de estar en el poder, siendo reemplazado por su vicepresidente José Figueroa Alcorta. Su presidencia fue una mera continuación de los anteriores gobiernos elitistas del Partido Autonomista Nacional signados por el fraude electoral.

Una de sus intervenciones más tristemente recordadas ocurrió en 1876 cuando el gobierno de Santa Fe ordenó la detención del gerente y la intervención de la sucursal del Banco de Londres en Rosario, por violar una ley de la provincia. Quintana en ese momento era Senador Nacional y asesor legal del banco. Renunció a su banca “por razones de salud” y viajó rápi-

damente a Londres aconsejando al gobierno de Gran Bretaña el bombardeo de Rosario si el gobierno de Santa Fe no dejaba sin efecto la intervención del banco. El mismo Quintana anunció en forma amenazante la presencia de una cañonera inglesa en el puerto de Rosario, provocando enorme indignación en el gobierno nacional que un ciudadano argentino fuese portavoz de una acción intimidatoria extranjera. Gracias a la enérgica posición del Canciller Bernardo de Irigoyen se detuvo la acción bélica. Las vueltas de nuestra política igualmente permitieron que Quintana llegara a la presidencia del país algunas décadas más tarde.



Al igual que la mayoría de las fábricas importantes de la época, los paquetes de cigarrillos YOLANDA traían cupones promocionales que podían canjearse por dinero. La empresa ofrecía $3000 a quien pudiera recolectar todos los cupones de las 10 series que fueron emitidas en 1904, habiendo entregado más de $62.000 en premios a fines de 1904. En el aviso del mes de julio[606] aparece el aún presidente Roca, luego de las elecciones presidenciales del 10 de abril de 1904 en las que Manuel Quintana había vencido por amplio margen al ex presidente José Uriburu, quien justamente en la publicidad se lamenta de haber perdido las elecciones, pero está más triste porque no encuentra sus cigarrillos YOLANDA. Hacia principios de 1905 los cupones fueron reemplazados por cheques de 2 centavos que se podían cobrar en efectivo o utilizar para adquirir un gran surtido de artículos que iban desde boquillas de marfil y cortaplumas, hasta relojes de oro de 18 quilates.



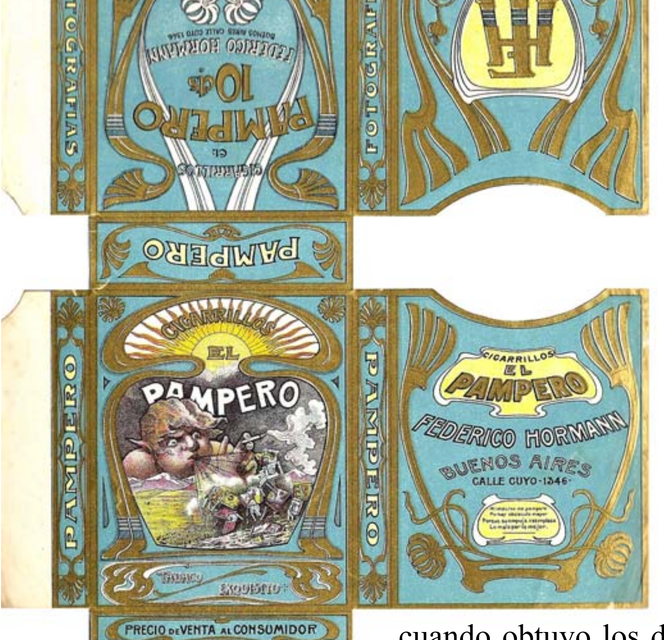
Las publicidades de la compañía de Federico Hormann cesaron en 1905 sin que sepamos qué motivó este hecho. En 1907 la marca YOLANDA comenzó a ser fabricada por Francisco Bernárdez de la Compañía Tabacalera Sud Americana El Día. Tal cual se aprecia en la publicidad,[607] los cigarrillos se vendían a 10 centavos en lugar de los 20 que costaban unos años antes, aunque se advierte que en el futuro su precio pasaría a 30 centavos. Para atraer la preferencia de los fumadores la firma continuó con el canje de bonos por premios de distinto valor.



Como ya se ha comentado, la fábrica de Bernárdez, y todas sus marcas, terminaron en manos de la C. A. T., aunque según menciona Juan José Ruiz en su libro[135] al menos una de las antiguas marcas de Hormann (REGALÍA) fue adquirida por Piccardo y Cía. que la comercializó utilizando a su empresa subsidiaria La Defensa, de Donato Didiego y Cía., y renovó los derechos comerciales sobre la marca al menos hasta 1932. También sabemos que la marca YOLANDA fue registrada por la Compañía Nacional de Tabacos en 1926, con renovaciones sucesivas en 1935 y 1946.

No pudimos hallar el registro original de los cigarrillos EL MORRO de Federico Hormann, pero estimamos que fue inscripta en 1902, junto con EL PAMPERO. El nombre EL MORRO de estos cigarrillos de 10 centavos fue tomado del Castillo de los Tres Reyes del Morro, uno de los tres símbolos arquitectónicos históricos de la ciudad de La Habana, junto con el Capitolio y la Giraldilla. Su construcción comenzó a fines del siglo XVI como parte del sistema de fortificación de la isla ante el acecho de corsarios y piratas, siendo finalizado recién en 1610. En la cara frontal de la marquilla aparece un dibujo de su faro, que desde 1845 tiene 5 metros de diámetro por 30 de altura. El Castillo del Morro fue completamente restaurado en la década de 1990 y desde entonces sus salones funcionan como galería de una animada vida cultural, con un extraordinario panorama del litoral habanero.

En la cara trasera de la etiqueta aparece un retrato de uno de los Reyes Magos, por el turbante probablemente sea Baltasar, ya que el nombre del castillo se refiere a la leyenda cristiana de los Tres Reyes Magos de Oriente. El diseño de la marquilla se completaba con banderas y escudos de distintas partes del mundo que ilustraban las caras internas.



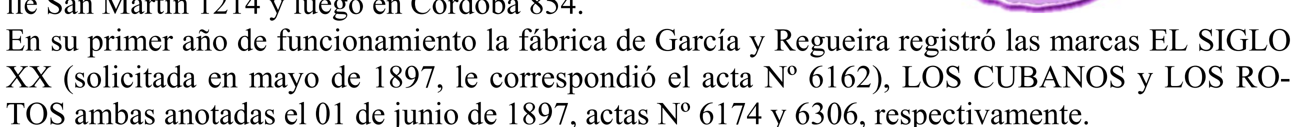
La marquilla EL PAMPERO también era producida por la fábrica de Hormann y, como su nombre hace presuponer, estaba destinada al segmento de menos poder adquisitivo que consumía los cigarrillos económicos de 10 centavos. El viento Pampero se caracteriza por el pasaje de un frente frío proveniente de la Antártida, que sopla desde el sur o el sudoeste de las pampas de Argentina y de Uruguay. A menudo es acompañado de líneas de tormenta y de un brusco descenso de la temperatura.

La información que tenemos de la Fábrica de Cigarrillos Yolanda es incompleta y no permite conocer por qué Hormann se apartó del rubro del tabaco, Sería deseable recabar nuevos datos que ayuden a profundizar la forma en que se produjo la disolución de la firma.

Lo que sí sabemos[608] con certeza es que en 1906 Hormann se había involucrado en la explotación forestal en el territorio chaqueño, formando parte de la sociedad anónima Las Selvas del Chaco. El ex tabaquero continuó en esta actividad al menos hasta el año 1913, cuando obtuvo los derechos de explotación forestal de un territorio virgen de aproximadamente 10.000 hectáreas en una zona del Chaco denominada Río de Oro.[609]

Cigarrería El Siglo XX de García y Regueira

La manufactura de tabacos El Siglo, El Siglo XX o simplemente Siglo XX fue fundada en 1897 por los señores García y Regueira, con domicilio en la calle Piedad 2257-2271 (hoy Bartolomé Mitre), en el barrio porteño de Balvanera.[610] En Buen Orden 179 (actual Bernardo de Irigoyen) instalaron una exposición de obsequios que podía ser visitada por el público para canjear las figuritas que contenían los cigarrillos. También tuvo una sucursal en Rosario, Santa Fe, primero en la calle San Martín 1214 y luego en Córdoba 854.



En su primer año de funcionamiento la fábrica de García y Regueira registró las marcas EL SIGLO XX (solicitada en mayo de 1897, le correspondió el acta Nº 6162), LOS CUBANOS y LOS ROTOS ambas anotadas el 01 de junio de 1897, actas Nº 6174 y 6306, respectivamente.



Otra de las primeras marcas manufacturadas por El Siglo XX fue DON BARTOLO, que se vendía en carteritas de 10 centavos. En el fragmento de la marquilla que mostramos aparece en forma manuscrita el año 1898, aunque según las publicaciones en el *Boletín Oficial* la denominación fue anotada recién el 10 de junio de 1902.

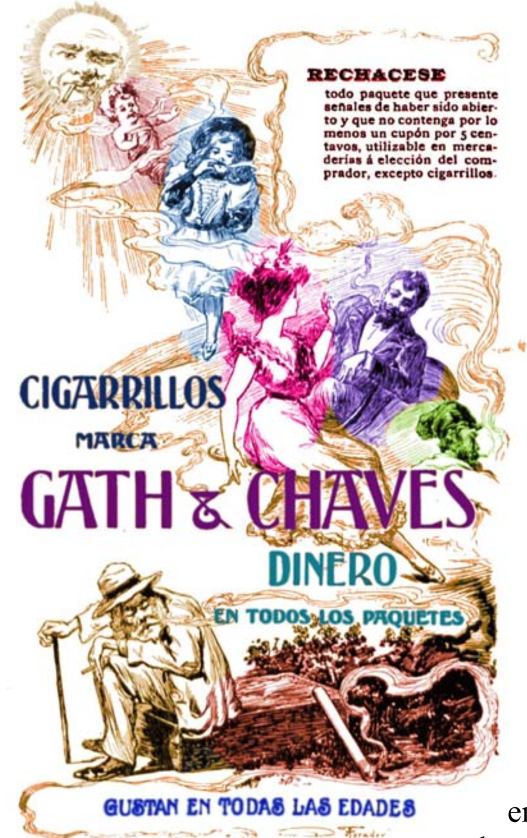
Don Bartolo era el apodo con que se lo conocía al general Bartolomé Mitre, en la que probablemente haya sido una de las primeras marcas de cigarrillos que evocaba a un ex presidente, incluso varios años antes de su fallecimiento. En el diseño de la marquilla aparece solo el chambergo que se convirtió en un símbolo para representar a Mitre, a punto tal que en las medallas conmemorativas de su muerte, una de ellas era la sola imagen de su sombrero.

A la marquilla que mostramos le faltan dos de sus caras, que sí aparecen en el ejemplar monocromático del año 1905 que acompañaba a la solicitud presentada en la Oficina de Patentes y Marcas. En ese ejemplar se aprecia una de las caras internas de la marquilla con la leyenda “Garantizamos que estos cigarrillos son elaborados con puro tabaco Bahía de la mejor calidad”, mientras que en la cara posterior aparecen el nombre Bartolomé Mitre, una pluma fuente sobre un libro manuscrito, un sable y un sombrero bicornio emplumado (que rara vez fuera utilizado por Mitre) destacando su actividad como militar y periodista.

La historia del chambergo[611] del general Mitre se origina durante el sitio de la ciudad de Buenos Aires, ocurrido el 2 de junio de 1853. Allí Mitre fue derribado por una bala, la cual le dio en la frente y le provocó una grave lesión con la fractura del hueso frontal. Una exitosa cirugía le salvó la vida, aunque le dejó una cicatriz estrellada en la frente con la falta de parte de hueso frontal. Esta cicatriz obligó a Mitre a reemplazar el quepis (gorra militar) por el chambergo, que lució durante su presidencia (1862-1868), en la revuelta del 74, y en todos los acontecimientos políticos de los que fue principal actor. Existen películas de don Bartolo, con más de 80 años, caminando por la calle, recibiendo el saludo de la gente y luciendo su chambergo para tapar la cicatriz estrellada que le dejó la bala perdida en los Campos de Langdon. Consultado alguna vez si le molestaba su herida, Mitre contestó: “Ni una simple cefalea, por eso receto siempre un balazo en la frente a los que padecen dolores de la cabeza”.

GATH & CHAVES fue otra de las marcas de cigarrillos elaboradas por la manufactura El Siglo XX de García y Regueira, Estos cigarrillos comenzaron a venderse a fines de 1901 en carteritas de 20 centavos, aunque luego pasó a ser una marca de 10 centavos, como puede observarse en la etiqueta que exhibimos. La solicitud Nº 10436 fue presentada en el Registro de Marcas el 14 de marzo de 1902 por la tienda Gath & Chaves.

El nombre de la marquilla corresponde a una famosa tienda departamental que funcionó en el microcentro de la ciudad de Buenos Aires, primero en San Martín al 500, luego en Mitre y Florida (dirección que aparece en la marquilla) y desde 1914 en Cangallo y Florida. Fue fundada en 1883 por Lorenzo Chaves (argentino) y Alfredo Gath (inglés) y era una de las favoritas de la clase alta porteña. En 1912 el grupo financiero del Barón d'Erlanger (el mismo que formó la C. A. T.) adquirió la firma invirtiendo más de 1.7 millones de libras y transformando a la casa central en "The South American Stores (Gath and Chaves) Ltd." y a la sucursal chilena, inaugurada en 1910, en "Chilean Stores (Gath & Chaves) Ltd.". Hacia 1920 el grupo inversor se retiró del país y sus activos fueron adquiridos por la tienda Harrods, otra empresa de origen británico. La tienda Gath & Chaves funcionó durante casi 100 años, cerrando definitivamente en 1974. En las caras internas de las carteritas era muy común encontrar publicidades y promociones con los precios de los productos que se vendían en la tienda, como ser artículos de perfumería importados de París o whisky escocés. También traía instrucciones sobre cómo se debían tomar medidas para hacer pedidos de ropa por carta y la forma en que se hacían los envíos postales de mercadería, con la garantía de devolución si el artículo no era del agrado del cliente. Por la forma en que se publicitaban las tiendas en las marquillas, es evidente que existió un convenio comercial entre la firma Gath & Chaves y la manufactura de tabacos de García y Regueira.



Algunos avisos[612] de los cigarrillos GATH & CHAVES aparecieron en *Caras y Caretas* en 1902. Como puede verse en la ilustración, se los publicitaba como un producto que "gusta a todas las edades", mostrando desde un bebé aún en pañales hasta un anciano, todos fumando o con un cigarrillo en la boca. Como dato especial, los paquetes traían vales con un valor de 5 centavos, cuando los cupones de todas las demás marcas de 20 centavos se cotizaban a 2 centavos. Estos vales, sin embargo, solo podían canjearse por productos en las tiendas Gath & Chaves.

La marca emblemática, y la que prácticamente monopolizó las ventas de la fábrica de García y Regueira, fue sin dudas la de los cigarrillos SIGLO XX de 20 centavos. Si bien la marca fue registrada en 1897, las primeras publicidades de estos cigarrillos en medios gráficos son de principios de 1903. La marquilla original era predominantemente de color verde con diseños florales y con el nombre SIGLO XX en relieve. Según se afirma en la etiqueta, los cigarrillos se elaboraban con el mejor tabaco habano.
La empresa de García y Regueira, como tantas otras, se caracterizó por los múltiples concursos que realizaba para atraer a los consumidores. Uno de ellos, organizado a fines de 1909, tenía como objeto renovar el diseño de la marquilla. A tal fin se convocó a través de los medios gráficos a artistas, dibujantes y aficionados para que participaran del certamen que estaba dotado de la nada despreciable suma de $3000 en premios. Es imposible no asociar esta convocatoria a la realizada una década atrás por La Invencible de Manuel Malagrida, para los afiches de sus cigarrillos PARÍS, especialmente el primer concurso que solo tuvo participación de residentes en el país. Las bases y condiciones[613] que reproducimos a continuación aparecieron publicadas en los medios gráficos de la época y ejemplifican cabalmente la forma en que se organizaban los distintos concursos a comienzos del siglo XX.

Concurso artístico de los cigarrillos SIGLO XX
Convocatoria a los artistas dibujantes de la República - $3.000 en premios

Los propietarios de los cigarrillos SIGLO XX, deseosos de hacer inconfundible la marquilla que sirve de envase a dichos cigarrillos, entre las que hoy día existen, han resuelto iniciar este Concurso de dibujos, invitando todos los artistas dibujantes de la República, a fin de obtener que esa marquilla (sin innovación en su denominación. inscripciones, tamaño y forma actuales), pueda ostentar un dibujo que se singularice por su originalidad y buen gusto. Este Concurso se verificará con sujeción a las siguientes bases:



1) Se abre un concurso de dibujos, inspirados en la denominación SIGLO XX que lleva nuestra marca de cigarrillos, pudiendo cada artista dar a su obra forma alegórica o simbólica, o la que estime de mejor gusto.



2) Los originales destinados a este Concurso deberán ser ejecutados de manera que su impresión no requiera más de tres impresiones litográficas, bien con relieve o sin él, quedando la elección de los colores al arbitrio de los artistas.

3) Los originales que se envíen a este Concurso deberán ser de las dimensiones exactas de la actual marquilla SIGLO XX, si son de mayor tamaño, guardar la proporción; para este caso en el escritorio de los señores García y Regueira se facilitará a quienes los pidan, modelos de las proporciones.

4) Cada concurrente queda en libertad de presentar la cantidad de obras que desee, siempre que las mismas se ajusten a las condiciones marcadas.

5) El jurado, compuesto de tres miembros de reconocida imparcialidad y competencia artística, se dará a conocer oportunamente.

6) Los dibujos deberán ser entregados en nuestro escritorio B. Mitre, 2271, dentro de un plazo improrrogable que finalizará el día 15 de enero de 1910, a las 7 p. m. Durante ese plazo, se recibirán todos los días hábiles, de 8 a. m. a 7 p. m.

7) Los autores conservarán su incógnito, absteniéndose de firmar los originales designándolos únicamente con un lema de su libre elección. En sobre cerrado y que ostente el mismo lema de cada trabajo, deberá ser contenido el nombre y apellido del autor y su domicilio, sobre que se devolverá cerrado, junto con la obra respectiva, al ser ésta rechazada, acreditando los interesados su pertenencia con la entrega del comprobante de recepción.

8) Se entregarán $m/n 3.000 c/l., distribuidos en 8 premios: a saber: un primer premio de $m/n 1500 c/l, al original de mayor mérito, según el fallo del jurado; un segundo premio de $m/n 500 c/l, al original que siga el primero en orden de calificación, y prosiguiendo tal orden, un tercer premio de $m/n 300 c/l; dos premios de pesos moneda nacional, 200 curso legal cada uno, y tres premios de pesos moneda nacional 100 curso legal, cada uno.

9) Los trabajos presentados y admitidos, serán expuestos públicamente en local apropiado, al día siguiente de clausurado este Concurso.

10) El jurado dará a conocer su fallo a los quince días de hallarse las obras en exhibición, pasados los cuales, los autores de las rechazadas o no premiadas quedarán en libertad de retirarlas, salvo el caso establecido en la base 13).

Marquilla de los cigarrillos SIGLO XX de 20 centavos que ganó el concurso artístico. Corresponde a la obra *Tres Colores* del dibujante checo José Friedrich.

11) En cuanto sea conocido el veredicto del jurado, los propietarios de los SIGLO XX, tendrán a disposición de los autores premiados las sumas ofrecidas, con sujeción estricta al fallo dado.
12) La propiedad de todos los dibujos premiados, con el consiguiente derecho de reproducción, bien para otras marquillas o con fines de propaganda, quedará a favor de García y Regueira, propietarios de la marca SIGLO XX.
13) García y Regueira se reservan el derecho de adquirir todos o algunos de los dibujos no premiados, si así lo creen conveniente, abonando la suma de $m/n 50 c/l por cada uno.
Nota. Cualquier duda que se originase respecto a la interpretación de las anteriores bases, será con el mayor gusto atendida y resuelta por García y Regueira.



Póster de reclame de la obra *Tres Colores* de José Friedrich, ganador del concurso artístico de los cigarrillos SIGLO XX.

Se presentaron en total 169 trabajos para participar de la elección de la nueva marquilla de los cigarrillos SIGLO XX. Las obras estuvieron en exhibición al público en general en un amplio horario desde 16 al 30 de enero de 1910 en el salón de la tradicional casa de fotografía Witcomb, situada en Florida 364. El salón Witcomb era una de las pocas salas prestigiosas de Buenos Aires, con una galería dedicada a grandes exposiciones de arte que recibía muestras de los maestros italianos, españoles y franceses. El resultado del concurso[614] se publicó en febrero de 1910 junto con el fallo del jurado. Según se alcanza a distinguir en las firmas del fallo, el jurado del certamen estuvo formado por el pintor Pio Collivadino (que había obtenido el cuarto premio en el segundo concurso de Malagrida), el ilustrador y caricaturista José María Cao (premiado en el primer concurso de los cigarrillos PARÍS) y Ricardo Radaelli, quien era dueño de una imprenta litográfica. Se otorgaron los seis primeros premios y se declararon desiertos los puestos séptimo y octavo. Los trabajos reconocidos fueron los siguientes:
1º *Tres Colores*, en donde una joven insinuante y ligera de ropas nos ofrece los cigarrillos del nuevo siglo. Fue obra de José Friedrich, un dibujante y caricaturista checo radicado en la Argentina que luego ilustraría un número considerable de avisos de los cigarrillos CENTENARIO en la revista *Caras y Caretas*. 2º *Oro*, de José Estanislao. 3º *Fidentur*, de M. A. Rossi. 4º *Trabajo*, de Dino P. Mazza. 5º *Tres Colores*, de Felipe Barrantes Abascal, creador de muchos avisos de los cigarrillos VUELTA ABAJO. 6º *Ars Labor*, de Giovanni Chiarini.

A partir de 1910 se comenzó a utilizar el diseño del ganador del concurso artístico para la marquilla de los cigarrillos SIGLO XX, y también fue lanzada al mercado una versión con tabaco especial de 30 centavos el paquete.

En junio de 1907 la empresa El Siglo, de García y Regueira, lanzó un concurso[615] en el que había que acertar cuál de los tres proyectos que habían llegado hasta le etapa final iba a ser el seleccionado para el monumento al general Bartolomé Mitre. Los escultores eran Davide Calandra (italiano), Agustín Querol (español, autor del Monumento de



los Españoles) y Jules Coutan, de origen francés, autor de las esculturas que están en las bóvedas del presidente Avellaneda y de José C. Paz en el cementerio de la Recoleta, y del monumento a Carlos Pellegrini, en la plaza del mismo nombre. Los participantes del concurso no solo debían adivinar el nombre del escultor triunfador, sino que tenían que acertar el número de votos que recibiría la organización del concurso para la obra ganadora. El certamen tenía un premio total de $1000 en efectivo, repartiendo un primer premio de $500 a quien acertara el nombre del ganador y se acercara más al número de votos recibidos. El resto del dinero se repartía escalonadamente desde el lugar segundo al sexto. También había premios de relojes, botones y alfileres de oro para los 60 puestos siguientes. Los votos debían ser escritos en el dorso de una marquilla de SIGLO XX de 20 centavos y ser enviados a la casa central porteña o la sucursal rosarina. Luego de muchas demoras el monumento se inauguró finalmente en el año 1927 en la actual Plaza Mitre de la Ciudad de Buenos Aires y fue realizado a partir del proyecto de los escultores italianos Davide Calandra y Edoardo Rubino. Es interesante resaltar que la calle Piedad pasó a denominarse Bartolomé Mitre por Ordenanza del 7 de junio de 1901, es decir casi cinco años antes del fallecimiento del general Mitre. En la Ciudad de Buenos Aires existen solo otras cuatro calles cuyos nombres se impusieron cuando los personajes aún estaban con vida.[616] Ellos son: Infanta Isabel (1851-1931) en 1912; Emilio Adolfo von Behring (1854-1917) descubridor de los sueros antidiftérico y antitetánico, en 1914; Santiago Ramón y Cajal (1852-1934) en 1926 y Presidente Perón en 1952, aunque la ordenanza fue revocada en 1956.

En julio de 1906 la revista *Caras y Caretas* organizó[617] en forma conjunta con la fábrica de los cigarrillos SIGLO XX su concurso número 14. Para participar de la convocatoria había que enviar a la revista un pasatiempo, que podía ser una adivinanza, jeroglífico, problema matemático, fuga de vocales, etc. que debía cumplir con una serie de bases y condiciones;

1- Todo juego de ingenio que aparezca en CARAS Y CARETAS obtendrá un premio consistente en una caja (20 ataditos) de cigarrillos SIGLO XX.

2- Se repartirán diez premios consistentes en relojes Corona de alta precisión, chatos, plata artística, entre los remitentes del mayor número de pasatiempos publicados durante un mes, obsequio de los cigarrillos SIGLO XX.

3- Obtendrán otros 5 premios de cigarreras de plata o carteras de cuero de Rusia, para hombre, a opción, las personas que hayan enviado más cantidad de soluciones durante un mes, obsequio de los cigarrillos SIGLO XX.

4- Los premios serán entregados dentro de los ocho primeros días del mes subsiguiente al que se verificó el concurso.

5- Caras y Caretas se reserva el derecho de propiedad de los juegos de ingenio aparecidos en la sección correspondiente.

6- Publíquense o no, los originales no serán devueltos.

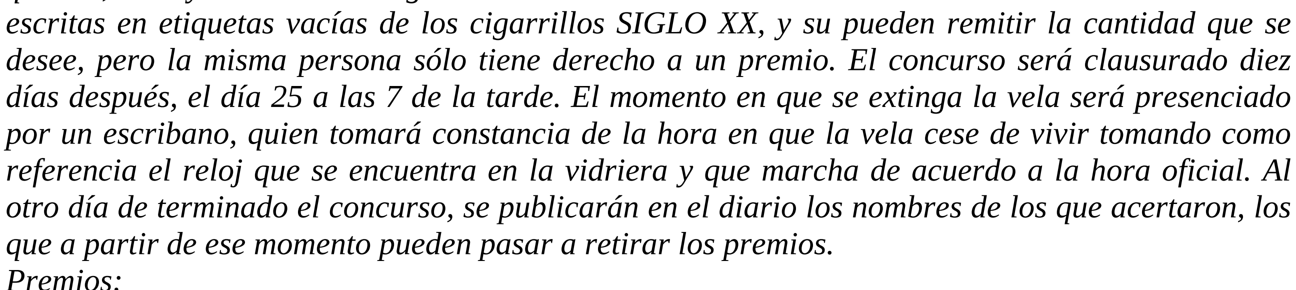


Los concursos de los cigarrillos SIGLO XX también se realizaron en Rosario. Por ejemplo en 1908 se organizó un singular evento[618] en la sucursal rosarina de la fábrica de García y Regueira.

¿Cuándo se extinguirá la vela?

Gran concurso de los cigarrillos SIGLO XX para la ciudad de Rosario.

En la vidriera de nuestra sucursal rosarina, calle Córdoba 854, se halla colocada una vela que mide 1,73 metros de alto por 27 centímetros de circunferencia, la que desde el día 15 del corriente mes estará encendida todos los días desde las 9 de la mañana hasta las 7 de la tarde, y así hasta su consumación total, Se trata, pues, de acertar en qué día, hora y minuto se extinguirá la vela. Las soluciones deben ser escritas en etiquetas vacías de los cigarrillos SIGLO XX, y su pueden remitir la cantidad que se desee, pero la misma persona sólo tiene derecho a un premio. El concurso será clausurado diez días después, el día 25 a las 7 de la tarde. El momento en que se extinga la vela será presenciado por un escribano, quien tomará constancia de la hora en que la vela cese de vivir tomando como referencia el reloj que se encuentra en la vidriera y que marcha de acuerdo a la hora oficial. Al otro día de terminado el concurso, se publicarán en el diario los nombres de los que acertaron, los que a partir de ese momento pueden pasar a retirar los premios.



Premios:

1º de $250 a la persona que acierte o más se aproxime al día, hora y minutos en que se extinga por completo la vela; 2º de $100; 3º de $50; 4º de $10; 5º catorce relojes de acero "Maxim", es decir, un reloj a cada una de las siguientes catorce personas; 6º catorce pares de gemelos de oro para puños (ídem lo anterior); 7º quince alfileres de oro para corbata con estuche (ídem); 8º cincuenta alfileres "Montana" para corbata (ídem); 9º cincuenta billeteras de cuero con monedero (ídem) y 10º cien corbatas fantasía (ídem); total: 253 premios.

Los fabricantes de los cigarrillos SIGLO XX han cumplido siempre sus compromisos, por lo que el público puede tener plena confianza en que también cumplirá con éste al pie de la letra.





Por último mencionamos otro concurso de ingenio que, según los datos que hemos encontrado, se realizó al menos en dos oportunidades.[619]

El desafío para los participantes consistía en encontrar la solución a un rompecabezas de figuras geométricas al estilo del Tangram chino. La revista *Caras y Caretas* ofrecía una recompensa de $50 a la primera persona que enviara la solución correcta del acertijo.

Como ninguna persona logró encontrar la solución exacta al rompecabezas de la ilustración, a las cuatro semanas se publicó un desafío similar en el que se había duplicado el premio llegando a los $100. Los lectores de este libro quizás puedan resolver el enigma del rompecabezas de los cigarrillos SIGLO XX que lleva más de 100 años sin solución.

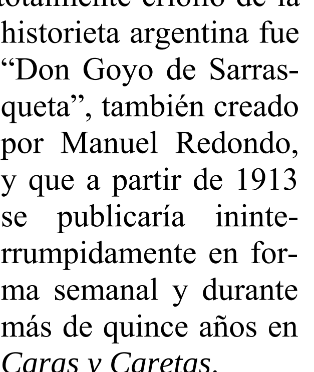


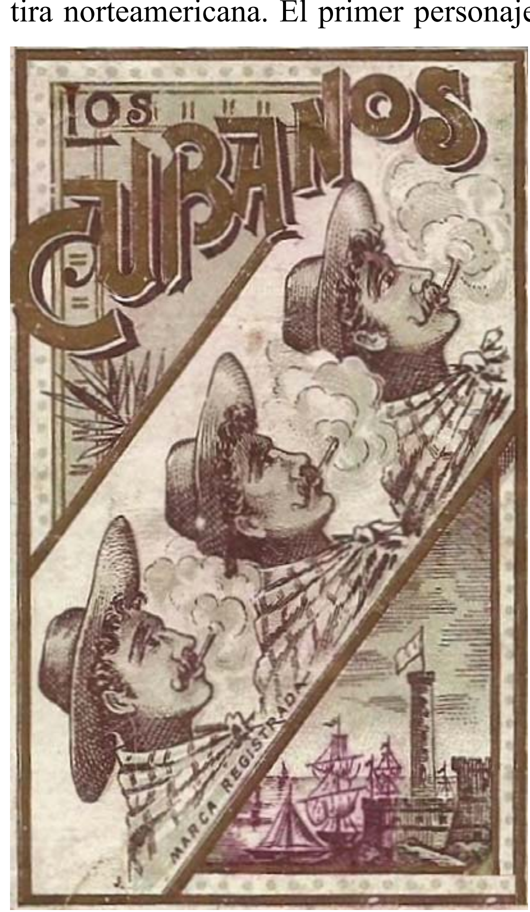


Además de tratar de imponer la marca utilizando la estrategia de los concursos, la fábrica de los cigarrillos SIGLO XX publicó muchos avisos con ideas, y realizaciones por demás interesantes.

Presentamos[620] una breve selección en la que se repite una vez más la utilización de niños en actitud de fumar, por un lado como medio de promoción del producto y por otro con el objetivo más solapado de fomentar el tabaquismo juvenil.

Desde marzo a septiembre de 1906 la firma de García y Regueira contrató la contratapa completa de la revista *Caras y Caretas* en donde aparecieron una serie de trece publicidades a todo color de su marca de cigarrillos más importante, varias de ellas firmadas por Manuel Redondo (las dos de arriba en las que presentamos). Este dibujante, junto a Juan Sanuy, fue quien popularizó Viruta y Chicharrón, una de las primeras historietas secuenciales[621] y con personajes fijos en aparecer en una revista argentina (*Caras y Caretas*, en el año 1912). Estos dos personajes no eran realmente autóctonos, sino que fueron adaptados de una tira norteamericana. El primer personaje totalmente criollo de la historieta argentina fue "Don Goyo de Sarrasqueta", también creado por Manuel Redondo, y que a partir de 1913 se publicaría ininterrumpidamente en forma semanal y durante más de quince años en *Caras y Caretas*.





La hermosa publicidad del niño con alas de mariposa que sostiene una especie de marco dorado circular conteniendo el nombre de los cigarrillos SIGLO XX, está firmada por un ilustrador que no pudimos identificar, cuyas iniciales parecen ser B. A.

En 1911 García y Regueira registraron las marcas SELECTOR y SUPREMOS, las últimas de esta fábrica que aparecen en el *Boletín Oficial*. La C. A. T. adquirió la firma en 1912 y hacia 1918 seguía fabricando los cigarrillos SIGLO XX de 20 y 30 centavos y los CUBANOS y CUBANITOS de 10 centavos. Piccardo continuó inscribiendo la marca SIGLO XX por lo menos hasta 1938 y los CUBANOS hasta 1931.

La Cigarrería de Londres de los hermanos uruguayos Villalba



Esta cigarrería, propiedad de los hermanos Emilio y Adolfo Villalba, existió desde mediados/fines de la década de 1890, ya que los primeros registros en directorios de comercio[622] que hallamos datan de 1897. La familia Villalba había emigrado de Uruguay a fines del siglo XIX y en las planillas del censo de 1895 figuran la madre (argentina) y 6 hijos nacidos en Uruguay viviendo en la sección 14, correspondiente al barrio de San Telmo. Entre los hermanos estaban Adolfo de 24 años y Emilio de 23 años que declaraban como medio de vida "comercio", al igual que otros dos hermanos más jóvenes que seguramente ayudaban en el negocio familiar.

Según los datos del libro de Juan Domenech, la fábrica Villalba Hermanos elaboraba los cigarrillos PIERROT (que venían en tres presentaciones numeradas del 1 al 3) TELÉFONO (registrados el 01 de septiembre de 1897, acta Nº 6422) y TÓMBOLA. A estas podemos agregar las marcas COMBATE de 10 centavos y BEBÉ de 20 centavos el paquete. Emilio Villalba también solicitó el registro de las marcas MAIPÚ, BOMBEROS y SUCESOS, aunque desconocemos si alguna vez llegaron a comercializarse. La fábrica y talleres estaban situados en el barrio de Flores, calle Rivadavia 6144, y la casa central, denominada Cigarrería de Londres, estaba en la esquina de Florida 2-6 y Rivadavia, local previamente ocupado por la Cigarrería del Plata de Ghigliassa Hermanos hasta 1885 y luego por Chacón y Celery hasta 1888. También tenía sucursales en la calle Buen Orden 413 (actual Bernardo de Irigoyen) y en Defensa 946-952. En el Directorio Comercial de las Repúblicas Americanas de 1897 ya citado, y en algunas guías posteriores hasta 1901, figura una cigarrería de Adolfo Villalba en Florida 2 y una de Emilio Villalba con domicilio en Av. Belgrano 553, aunque no hemos encontrado ninguna marquilla o publicidad en la que aparezca esta última dirección. A partir de 1904 la empresa deja de aparecer en los directorios comerciales.

La firma no solo elaboraba cigarrillos, sino que también fabricaba puros especiales empaquetados de tipo pequeño de las marcas CAZADORES y LONDRECITOS, dando trabajo en este ramo a unos 50 obreros. Cabe mencionar que, como muchos de los tabaqueros del momento, Adolfo Villalba participó de las comisiones que se opusieron a la aplicación de los Impuestos Internos a la venta de cigarrillos y al establecimiento del estanco del tabaco en el país.



La marca PIERROT tenía la particularidad de ofrecerse en atados de 30 unidades, a diferencia de la mayoría de las presentaciones de esa época que traían 14 cigarrillos. Las tres variantes de PIERROT se vendían a distintos precios, no por tener tabaco de distintas calidades, sino por traer cigarrillos de distintos tamaños. La palabra Pierrot es del idioma francés, pero se origina en uno de los caracteres de la Comedia Italiana que se distinguía por ser un payaso triste, enamorado de Colombina, quien le rompía el corazón engañándolo con Arlequín. Se lo identifica por su ingenuidad y su confianza, lo que lo lleva a ser el blanco de todas las bromas. Suele representárselo con la cara emblanquecida, una amplia camisa blanca con grandes botones negros, amplios pantalones del mismo color y un gorro negro aunque, como se distingue en la reproducción de la publicidad de los cigarrillos,[623] también se lo caracterizaba con otro tipo de rasgos y vestimentas.

Como la mayor parte de los cigarrillos dirigidos a la clase media,[624] los TELÉFONO se vendían en carteritas de 20 centavos conteniendo 14 cigarrillos. Su nombre alude al invento patentado por Alexander Graham Bell en 1876. La primera red telefónica[625] del mundo se montó en los Estados Unidos en 1878 y poco tiempo después, el 4 de enero de 1881, el técnico francés Víctor Anden instaló el primer teléfono del país en la casa de Florida 351 entre Tucumán y Viamonte (hoy Florida 611) perteneciente al doctor Bernardo de Irigoyen, ministro de Relaciones Exteriores. Para que Irigoyen tuviera con quien comunicarse, el mismo día se instalaron teléfonos en las residencias del presidente de la Nación, general Julio A. Roca en la calle Rivadavia 1783 (hoy 4805); del Presidente de la Municipalidad de Buenos Aires, Torcuato de Alvear; del Ministro de Guerra y Marina, general Benjamín Victorica, y en instituciones ligadas a la aristocracia porteña como la Sociedad Rural, el Club del Progreso y el Jockey Club, hasta totalizar el número de veinte.

En el rango de los cigarrillos económicos la marca más exitosa de la cigarrería de Londres fue COMBATE. Las carteritas se vendían a 10 centavos y traían ilustraciones seriadas de diversas situaciones del combate militar. Las etiquetas eran impresas por J. Ribas y Hermano, de la calle Rincón 198, la misma litografía que imprimía el diario *El Quijote*.



Los avisos de la Cigarrería de Londres aparecieron desde mediados de 1899 y durante aproximadamente un año en la revista *Caras y Caretas*. En ellos destacaban que sus productos conjugaban calidad y buen precio. Como parte de la publicidad de sus cigarrillos PIERROT y TELÉFONO esta fábrica regalaba en el año 1899 cuatro mil ejemplares semanales de la revista *Caras y Caretas* a los compradores de sus cigarrillos, a cambio de dos marquillas vacías. Algunos paquetes también contenían vales para obtener la revista en forma gratuita. A modo de ejemplo reproducimos una de estas propagandas que tenía un extenso texto y ninguna ilustración, muy lejos de los criterios publicitarios actuales.

PLATA BIEN GASTADA

Como resultado de empeñosos ensayos para conseguir un tabaco que por sus condiciones de suavidad, buen paladar y excelente aroma, se adaptase á las justas exigencias del público de Buenos Aires, hemos obtenido un conjunto, producto de la mezcla o liga de diversas vegas de la Habana y Bahía, que ofrecemos gustosos al fallo severo de los buenos fumadores, en los nuevos cigarrillos PIERROT, Nº 1, 2 y 3, tres tipos que, si se diferencian en el tamaño, se confunden en la fragancia de sus tabacos, el más agradable bouquet ofrecido hasta el presente. Los presentamos en nuevo envase de nuestra propiedad, que responde á un principio de economía, comodidad y elegancia, tres razones poderosas concurrentes á un mismo fin:

Un artículo excelente por un precio reducido



Afirmamos haber fabricado un producto superior, y nos resta hacerlo conocer á los consumidores. El modo de propagar un artículo es también una cuestión importante, que hemos estudiado con especial cuidado. El aviso en las calles, en los diarios y en las revistas, responde, sin duda, al objeto á que se destina; pero tiene un grave inconveniente, porque las gruesas sumas que se gastan no aprovechan al consumidor: queremos decir que el papel o la tarjeta que se reparte en la calle sólo tiene un pequeño va-

lor intrínseco, sin embargo de costar muchas veces el dinero bastante para construir una suntuosa mansión ó hacerse arrastrar por las calles en lujosos carruajes. Los ejemplos de casas que gastan en avisos 100 y 200 mil pesos al año, son tan comunes, que no necesitamos mencionarlos.
Buscarnos, pues, la forma práctica del mejor aprovechamiento de las sumas destinadas para propaganda. Si en vez de entregar al público un papel impreso, que puede costarnos 2 centavos, distribuimos un lápiz con una inscripción anunciando nuestros productos, y cuyo valor es aproximadamente el mismo, logramos nuestro propósito sin destruir el capital, que aprovecha el consumidor o la persona que recibe el objeto. Por eso hemos adoptado desde hace un tiempo el sistema de hacer obsequios-reclame, que estimamos muy ventajoso para el público. En muchos escritorios de comercio, despachos de escribanos y abogados, y en no menor número de casas de familia, se ve hoy la elegante papelera ó el precioso caballete con reloj y termómetro, que hemos distribuido a los numerosos compradores de nuestros conocidos cigarrillos TELÉFONO.
Correspondemos esta vez al creciente favor que el público nos dispensa, ofreciendo un nuevo obsequio, destinado únicamente a los fumadores de cigarrillos PIERROT y TELÉFONO. Confiamos en que esta noticia será leída con agrado por todas las personas de buen gusto que pasan con la lectura del interesante semanario Caras y Caretas horas amenas e instructivas. Al efecto, los días sábados de cada semana, en nuestra casa central, Cigarrería de Londres, Florida esquina Rivadavia, o en nuestra sucursal, Buen Orden 413, obsequiaremos a todo comprador de uno o más atados de cigarrillos PIERROT o TELÉFONO con un ejemplar del número del día de la ya citada revista.
Además, en gran número de atados colocaremos un vale que da opción al favorecido a que se le envíe el ejemplar a su domicilio. Este vale tiene ya la dirección de nuestra casa y la correspondiente estampilla postal, de modo que para obtener el obsequio basta sólo escribir el nombre y dirección y echarlo en cualquier buzón.
Los cigarrillos PIERROT se expenden en elegantes paquetes en forma de cartera, adornada con preciosos fotograbados; cada paquete contiene 30 riquísimos cigarrillos.
Los PIERROT Nº 1 son cigarrillos de tamaño pequeño, aparentes para entreactos. El paquete con 30 cigarrillos vale 30 centavos. La caja con diez paquetes, $2.80.
Los PIERROT N° 2 son cigarrillos de tamaño mediano. El paquete con 30 cigarrillos vale 40 centavos. La caja con 10 paquetes cuesta $3.70 m/n.
Los PIERROT N° 3 son cigarrillos de tamaño grande. El paquete con 30 cigarrillos vale 45 centavos. La caja con 10 paquetes cuesta $4.20 m/n. Las cajas para estos cigarrillos son de forma nueva, fabricadas con la más fina cartulina, y adornadas con excelentes reproducciones de cuadros célebres, obtenidos de fotografías recibidas por nuestra casa.
Los cigarrillos TELÉFONO valen 20 centavos el atado con 14 cigarrillos; la caja con 20 atados cuesta $3.50 m/n. Las comparaciones son siempre odiosas, se repite con frecuencia; sin embargo, nada como esto es tan necesario para el progreso de la humanidad.
Quien fuma un buen cigarrillo, no está seguro de fumar el mejor si no lo compara con otros. También nosotros hemos comparado, en el legítimo afán de aventajar á nuestros competidores. Seguros del éxito, pedimos también que se comparen estos cigarrillos y se repita en voz alta:
EMILIO VILLALBA y Cía. Talleres: RIVADAVIA 6144 - Escritorio: FLORIDA 6

Desconocemos hasta cuando funcionó la Cigarrería de Londres de los Hermanos Villalba, aunque sabemos que a comienzos de la década de 1910 la marca PIERROT comenzó a ser fabricada por la tabacalera La Defensa de Donato Didiego.

La Favorita y "Villa Ariza"

Es bueno que sepan que yo José María Ariza soy el creador del premio Ariza (patentado por el S. G. de la Nación) y que consta de dar lotes de terreno a los fumadores de mis cigarrillos RICO TIPO de 20, 30 y 40 centavos.
Yo les he dicho que fumando cigarrillos RICO TIPO:
Fuman buen tabaco. Fuman gratis. Se hacen propietarios sin gastar un solo centavo. Y cimientan una fortuna. ¡Y yo cumplo siempre lo que ofrezco!
Pronto me imitarán, porque todo lo bueno se imita, pero no me igualarán porque nunca segundas partes fueron buenas. ¡Téngalo presente!
En breve estarán listos y a disposición de los fumadores los planos del millón de varas cuadradas que tengo en Ituzaingó.



Este texto fue tomado de una de las publicidades[626] de la cigarrería La Favorita de José María Ariza, quien probablemente haya sido el iniciador del canje de marquillas de cigarrillos por terrenos, antecediendo a los concursos de los cigarrillos MITRE o MONTERREY. Hacia 1907 Ariza organizó un sistema de estímulo al consumo[627] en el que ofrecía por quinientas marquillas vacías, un lote de terreno en la zona que actualmente se conoce como Villa Ariza, comprendida entre las actuales calles José María Paz, Lavalleja y Paysandú de Ituzaingó, una localidad del oeste del conurbano bonaerense.
Sin embargo, el proceso de urbanización de la Villa y la consiguiente venta de lotes, se vio dificultada por el difícil acceso a la zona. Los pobladores debían trasladarse con medios precarios hasta las estaciones Ituzaingó o Castelar, donde los trenes a vapor los acercaban a la Capital. Es así como en 1913 el Banco Supervielle, que ya se había hecho cargo del negocio inmobiliario, favoreció el proyecto de instalar sobre la única calle pavimentada que servía de acceso al barrio unas vías por donde hicieron circular un tranvía a caballo. Este particular tranvía, que hacía el servicio desde la estación Ituzaingó, fue un hecho único en el Gran Buenos Aires. Luego fue reemplazado por un tranvía a motor y siguió prestando servicios varios años después de finalizado el remate de tierras de Villa Ariza. En la esquina formada por las calles Defilippi y J. M. Paz persiste hoy un pequeño sector del pavimento original con unos metros de las vías del viejo tranvía a caballo.
Posteriormente, la Municipalidad de Morón aprobó la subdivisión con el nombre de Villa Esperanza, pero la costumbre hizo que perdurara el nombre de Villa Ariza hasta nuestros días.
Además de esta urbanización, la fábrica de los RICO TIPO utilizó el premio Ariza para beneficiar a sus fumadores con tierras en el pueblo de General Rodríguez, también en el oeste del Gran Buenos Aires, aunque más próximo a la ciudad de Luján. En un aviso[628] publicado en *Caras y Caretas* se menciona que había disponibles 352 lotes de 500 varas ocupando 40 manzanas, de los cuales ya se habían cedido unos 250 lotes. Hasta el año[629] 1975 existió un barrio en ese municipio conocido como Villa Rico Tipo (actualmente se llama Virgen del Carmen), que probablemente sea el único nombre de un pueblo ligado a una marca de cigarrillos.



Según los datos del censo de 1895 José María Ariza era de nacionalidad española y habría nacido en 1857/58. Estaba casado con Ana Pérez y tenía 4 hijos, la mayor de 13 años nacida en España y el resto de 6, 3 y 1 año, en la Argentina. Esto indica que el matrimonio Ariza arribó a nuestro país entre 1882 y 1889.

La actividad de José M. Ariza como tabaquero comienza a fines del siglo XIX. En 1897, junto a otra persona de apellido López, registra las marcas FAVORITOS, MEDIA LUNA, X, TRES DE COPA y AS DE COPAS. La marquilla de los cigarrillos FAVORITOS era elaborada por la Manufactura de Tabacos La Favorita, de López y Ariza, con escritorio en la calle Piedad 1190 y fábrica y talleres en Jujuy 423-425. Por el impuesto de tres centavos que se distingue en la estampilla fiscal se deduce que era una marca de 10 centavos. En esta misma dirección funcionó unos años más tarde la cigarrería de Vicente Ramos, fabricante de los cigarrillos MARINOS.



En la cara frontal de la marquilla puede verse una mujer sobre un lecho y en la parte superior aparecen una media luna y una estrella, símbolos que distinguen a la bandera turca. A través del diseño se trató de darle un carácter "oriental" a la marca, aunque en el interior de la marquilla se dice que "Estos cigarrillos son elaborados con tabaco habano superior de Vuelta Abajo", en contraste con lo que se ilustra en la etiqueta. En el pie de imprenta de la etiqueta se distingue el nombre de La Nueva Artística, de Alejandro Bianchi, con dirección en Piedad 2627, como la litográfica que produjo las marquillas.

A fines de 1898 se conformó la razón social Ariza y Leyton[135] (o Leitan, según el registro de la marca FLORES DE VIOLETAS que aparece en el *Boletín Oficial*), mientras que recién el 02 de enero de 1903 aparece la solicitud de la primera marca de la fábrica La Favorita como propiedad única de José María Ariza, ahora con domicilio en Balcarce 365 al 379. El 11 de febrero de ese mismo año la Oficina de Patentes de Invención, Marcas de Fábrica, Comercio y Agricultura le concedió a la manufactura de Ariza el uso exclusivo de la marca SOCIALES, mediante el testimonio Nº 10604.

Es muy probable que la fábrica de Ariza haya tenido conflictos con la utilización de esta marca con otras empresas ya que en una publicidad[630] se destaca que el 17 de agosto de 1904 la Excelentísima Cámara de Apelaciones en lo Federal tuvo que confirmar el derecho de uso a la firma de Ariza. Los cigarrillos SOCIALES se vendían en atados de 10 y 20 centavos y como promoción de lanzamiento se pagaban $500 a quienes presentaran una colección completa de 500 figuritas que venían en los paquetes. Incluso se ofrecían premios menores de $200, $100 y $50 a quienes tuvieran colecciones con la menor cantidad de figuritas faltantes.

Según las publicidades de La Favorita, en el año 1898 se registró y empezaron a fabricarse los cigarrillos 33 ORIENTALES, una marca bastante popular que se vendía en paquetes de 10 y 20 centavos. En el fragmento de marquilla que presentamos se alcanza a distinguir la dirección de Balcarce 365 por lo que se confirma que era producida por La Favorita. También puede verse que era impresa en los talleres litográficos de Alejandro Bianchi.

El primer registro que hallamos de esta marca en el *Boletín Oficial* es del 08 de junio de 1903, pero no está a nombre de José Ariza, sino de Juan Mannier, con domicilio en Lima 166. El acta está acompañada por una ilustración con la misma tipografía y el diseño utilizado en las marquillas. Más aún, la renovación de los derechos comerciales fue realizada en el año 1913 por Enrique Gruber, de nuevo utilizando el diseño tradicional de la marca. Ese mismo año Gruber solicitó también la renovación de la marca SOCIALES, utilizando en la presentación una etiqueta en la que figuran tanto el nombre de Ariza como el de La Favorita.



Los Treinta y Tres Orientales es la denominación con la que históricamente se conoce a los hombres liderados por Juan Antonio Lavalleja y Manuel Oribe que, en el año 1825, emprendieron una insurrección desde lo que hoy es la Argentina, para recuperar la independencia de la Provincia Oriental (territorio que comprendía el actual Uruguay y parte del estado brasileño de Río Grande del Sur), en ese momento bajo dominio brasileño. El 25 de agosto de 1825, esta representación declaró la independencia de la Provincia Oriental con respecto a Brasil, y su unión a las Provincias Unidas del Río de la Plata. Éstas reconocieron la incorporación el 24 de octubre de 1825, lo que arrojó como consecuencia que el Imperio del Brasil les declarase la guerra en diciembre de ese mismo año, produciéndose abiertamente la Guerra del Brasil. El conflicto se extendió hasta el mes de agosto de 1828 y, tras una mediación del representante del Imperio Británico en el Plata, Lord John Ponsomby, la Provincia Oriental fue erigida en estado independiente tanto de las Provincias Unidas como del Imperio del Brasil, por medio del acuerdo conocido cocomo Convención Preliminar de Paz, del 27 de agosto de 1828.



Estos cigarrillos también ofrecían grandes premios a sus favorecedores. Por 400 cupones de los cigarrillos 33 ORIENTALES de 20 centavos o 1000 cupones de los de 10 centavos se regalaba una libra esterlina. Por menos cantidad de cupones podían obtenerse objetos como cortaplumas, retratos, boquillas, pulseras, cadenas, aros, alfileres y relojes de distintas calidades.

Los derechos comerciales sobre la marca fueron renovados por Piccardo en 1923 y en 1934 a través de su empresa subsidiaria la Compañía Tabacalera S. A.

Muchas de las expresiones que se utilizan en forma cotidiana en una época, suelen caer en desuso y son reemplazadas por otras equivalentes. Si el lector tiene más de 40 años, seguramente vendrán a su memoria varios términos que utilizaba cuando era joven y que usados hoy rápidamente delatarían su edad. La expresión "Rico Tipo" prácticamente no se utiliza en la actualidad. Su significado original es equivalente a "Loco Lindo", que se aplica a las personas poco responsables de sus actos, pero queridas por la gente por su simpatía. En algún sentido tanto "vago" como "atorrante", ambas de uso muy común, tienen una equivalencia con "Rico Tipo", pero esas dos también pueden conllevar un significado negativo que no ocurre con "Rico Tipo". José M. Ariza creyó que éste era un buen nombre para comercializar cigarrillos, y no se equivocó ya que terminó siendo su marca más vendida.

Los RICO TIPO venían en carteritas de catorce cigarrillos que se vendían a 20 centavos el atado, y también existían presentaciones con tabaco de mejor calidad de 30 y 40 centavos. El nombre fue inscripto en el Registro de Marcas el 10 de enero de 1908 bajo el número 22392. Simultáneamente Ariza solicitó la marca TIPO RICO, que probablemente nunca llegó a comercializarse. La etiqueta de los RICO TIPO traía en el frente y el revés del atado el dibujo de un jinete con galera montando un burro que parece atravesar la etiqueta, seguramente con la intención de dar la imagen de un "Rico Tipo". Las caras interiores estaban adornadas con fotografías de mujeres, como tantas otras etiquetas de principios del siglo XX.



Mencionamos que La Favorita de José M. Ariza fue la única tabacalera argentina que obtuvo un Grand Prix por sus cigarrillos RICO TIPO en la Exhibición Imperial Internacional de Londres. Esta muestra se inauguró el 20 de mayo de 1909 en la ciudad inglesa y continuó hasta el mes de octubre de ese mismo año. Para destacar la obtención del premio, Ariza renovó el diseño de la marquilla, añadiendo las reproducciones de las medallas otorgadas y la frase "Estos cigarrillos llevan el nombre de RICO TIPO porque realmente están elaborados con un Rico Tipo de tabaco los recomiendo a los fumadores de paladar delicado".

La premiación a la fábrica de Ariza en una exhibición internacional demuestra que más allá de las estrategias publicitarias, de los terrenos, de los cupones, de las figuritas y de los premios para atraer a los fumadores, los cigarrillos estaban elaborados con calidad y cuidados suficientes como para ser muy bien considerados en una exposición de primer nivel mundial.



La fábrica de los cigarrillos RICO TIPO también utilizó la propaganda con personajes de la política del momento para difundir sus productos. En el aviso[631] del año 1908 que publicita la variedad de 20 centavos, vemos que aparece el entonces presidente José Figueroa Alcorta, montado en el mismo burro y con la misma galera con la que aparece el personaje que ilustra la marquilla. Evidentemente el humor político en la publicidad debía ser redituable para ser utilizado en forma tan amplia por distintas firmas.

Como ya mencionamos las expresiones "Rico Tipo" y "Loco Lindo" tienen connotaciones similares. Hacia comienzos de la década de 1930 La Unión, Compañía Tabacalera S. A., produjo la marca de cigarrillos LOCO LINDO de 10 y 15 centavos el paquete, tal cual puede observarse en el cartel de publicidad que reproducimos. Desconocemos la fecha precisa en la cual comenzaron a venderse los LOCO LINDO, aunque tenemos algunos datos que nos indican que hacia comienzos de la década de 1930 la firma ya comercializaba estos cigarrillos, además de los CHEQUE (de 20, 30 y 35 centavos) y los ESCALERA REAL.

Muchos años después la marca *Rico Tipo* se usó para denominar a una de las revistas más influyentes del humor argentino. Creada en 1944 por Guillermo Divito, durante casi tres décadas la publicación se caracterizó por sus famosas "chicas Divito", estilizadas mujeres de fantasía con increíble sensualidad, que llegaron a imponer la moda de la Buenos Aires de su época. Al igual que con la marca de cigarrillos, también existió una revista *Loco Lindo* fundada a mediados de la década de 1950, aunque con una repercusión mucho menor que su prima *Rico Tipo*.



Cartel de los cigarrillos LOCO LINDO de la década de 1930, posteriores a los RICO TIPO.

La Favorita produjo varias marcas más de cigarrillos de menor venta. Entre ellas destacamos los GUERREROS de 10 centavos el atado, manufacturados con tabaco Bahía y, según su fabricante, elaborados con modernos sistemas que los hacían más agradables e higiénicos.



Desde el año 1904 y hasta 1911 Ariza presentó adicionalmente solicitudes para las marcas PAN CRIOLLO, EUSKAL ANDALUCÍA, TRES CORTADOS, VIOLETAS, LA FAVORITA, FUMO MINAS y FAVORITOS.

El 20 de marzo de 1908 el gobierno autorizó[632] la formación de La Unión – S. A. Cooperativa de Fósforos Limitada, cuyo presidente era José M. Ariza. La empresa tuvo una vida breve, ya que luego de dos años de arrojar pérdidas, fue cerrada en 1911 pues se había perdido la confianza de los inversores y el directorio creyó que podrían ocurrir mayores pérdidas si la firma no era liquidada en forma inmediata.[633]

Volviendo a la empresa tabacalera de Ariza, mostramos tres marquillas de tabaco de 100 gramos de la marca LA FAVORITA, en sus variedades Francés y Alemán, ambas de $3.00 el kg, y el Virginia, inicialmente del mismo precio, pero luego a $3.50 debido al aumento en los precios del tabaco suelto impulsado por la C. A. T. a mediados/fines de la década de 1910. Cada paquete muestra antiguos uniformes militares de soldados de distintas nacionalidades. En el lateral de la etiqueta de tabaco tipo Virginia puede observarse el cambio en la razón social que pasó a ser Manufactura de Tabacos J. M. Ariza S. A. La transformación de la firma en una sociedad anónima se produjo el 17 de febrero de 1915.[634]



La fábrica de Ariza fue una de las pocas que pudo continuar su actividad sin ser absorbida por Piccardo o por la C. A. T. En una publicidad[635] de los cigarrillos SOCIALES de 10 centavos del año 1913 se jactan de no pertenecer al "Trust" ni al "Anti-Trust", y se simboliza a la guerra comercial que mantenían como una pelea entre "cuarenta y tantos perros" (por Piccardo) y "veinte y tantos gatos" (por la C. A. T.), aunque debajo se los ilustra brindando y compartiendo una bolsa de un millón de libras diciendo que aunque parece que se van a exterminar "sono tutti fratelli".

En el lapso entre 1915 y 1917 Ariza registra (o renueva) el derecho comercial sobre las marcas LA FAVORITA (18 cigarrillos por 15 centavos), ÉXITO (100 cigarrillos por 45 centavos), EXTRA (20 cigarrillos por 10 centavos), SOCIAL y TRIUNFADOR.

El 21 de diciembre de 1917 la manufactura citó[636] a asamblea extraordinaria de socios para cambiar el nombre de la firma por el de Compañía Tabacalera La Favorita S. A., aunque aparentemente no se llegó a concretar por falta de quórum. En mayo de 1918 la empresa aún conservaba el nombre de Manufactura de Tabacos J. M. Ariza S. A., pero su domicilio había cambiado[637] a la calle Cangallo 2675, debido a la asociación con la Compañía Tabacalera Argentina. Desde junio de 1918 las antiguas marcas de Ariza son registradas por la Compañía Tabacalera S. A., lo que explica el sello sobreimpreso que se observa en una de las etiquetas. Ariza ya no estaba en el directorio de esta nueva sociedad que era presidida por Andrew J. Avery, el gerente era Virginio Francisco Grego, quien en 1923 fundaría la Manufactura de Tabacos Particular. Luis Martínez y Carlos J. Scott eran directores y William S. Bell ocupaba el puesto de síndico, como socio del estudio contable Deloitte, Plender, Griffiths y Cía., el mismo que realizó el relevamiento del estado financiero de las fábricas que fueron adquiridas por la C. A. T. en 1911.

Hacia 1919 la sociedad formada por ambas empresas fue a su vez adquirida por la Compañía Argentina de Tabacos (estrictamente la C. A. T. se hizo cargo de la distribución de la producción), que continuaba en su afán de monopolizar el mercado local de tabacos, a pesar de que pocos meses después se retiraba del país y dejaba en manos de Piccardo su negocio tabacalero.

A mediados de 1917, algunos meses antes de la fusión de La Favorita y la Compañía Tabacalera Argentina, se forma la firma La Constancia, de Ariza Hermanos, con domicilio en Venezuela 1083, que comienza a producir una gran variedad de marcas de cigarrillos. No pudimos hallar evidencia directa de que José M. Ariza formara parte de esta nueva fábrica, pero es probable que así haya ocurrido porque Ariza hermanos renovó en 1918 los derechos sobre el nombre "Premio Ariza" que había sido originalmente registrado en julio de 1908 por José M. Ariza. Entre 1917 y 1922 La Constancia solicitó la inscripción o la sustitución de casi 30 marcas, entre ellas: SIN MARCA, LA LLAVE de 15 centavos; REY ALBERTO (20 centavos) y LEGIÓN DE HONOR (30 centavos) que habían pertenecido a Alberto Linares; LUMEN de 30 centavos, que había sido registrada en 1911 por Juan R. Otero, dueño de la fábrica La Argentina; y TABARÉ Extra de 30 centavos en sus versiones dorada y plateada.

La Compañía Tabacalera Argentina

El 27 de mayo de 1913 un decreto[638] del Poder el Ejecutivo Nacional le concede la personería jurídica a la Compañía Tabacalera Argentina, una nueva sociedad anónima que inicia sus actividades con un capital de un millón de pesos. Se domiciliaba en la ciudad de Buenos Aires ocupando el antiguo edificio de El Telégrafo y La Hija del Toro, en la calle Cangallo 2629-75, que había dejado de utilizarse luego de la adquisición de esta tabacalera por la C. A. T. Se le otorgaron facultades para establecer sucursales en el país y en el exterior, fijando su duración en 30 años con posibilidad de ser prorrogados. Esta nueva empresa tenía como finalidad la manufactura, elaboración y cultivo de toda clase de tabacos, la formación de emprendimientos y sociedades dedicadas al negocio del tabaco, la compra-venta de materia prima y otros objetos vinculados al ramo. También se le otorgaron facultades para la construcción de bodegas de almacenaje, y la toma de dinero en préstamo con o sin garantía hipotecaria.

A diferencia de la gran mayoría de las fábricas, que se hicieron a partir del esfuerzo de algún inmigrante pobre, comenzando con una pequeña cigarrería artesanal que lentamente fue creciendo hasta transformarse en una gran manufactura, la Compañía Tabacalera Argentina fue establecida[639] por la recientemente formada Compañía Chilena de Tabacos y tuvo entre los miembros de su directorio y accionistas a varios personajes pertenecientes a la aristocracia porteña. Sus principales inversores fueron ex funcionarios, comerciantes relacionados a los negocios ingleses en Buenos Aires, o empresarios vinculados con tierras, frigoríficos y ferrocarriles. Muchos de ellos pertenecían a las sociedades más selectas y exclusivas del momento como el Jockey Club o la Sociedad Rural.
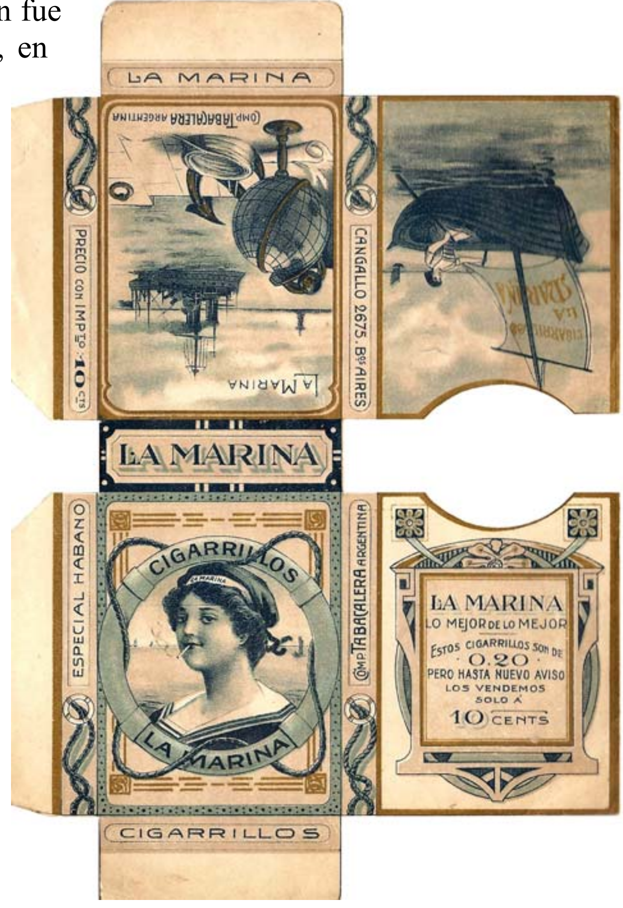
Entre los miembros locales más distinguidos podemos mencionar[640] al presidente del directorio el mendocino Benito Villanueva (1854-1923), presidente del Jockey Club de Buenos Aires, integrante de la Comisión Directiva de la Sociedad Rural Argentina, propietario y fundador del establecimiento agropecuario El Dorado y especialista en caballos pura sangre de carrera y ganado de la raza Aberdeen Angus.

Samuel Hale Pearson (Buenos Aires, 1867-1925), recibió educación en los mejores colegios de Europa y Estados Unidos. En nuestro país dirigió empresas industriales, comerciales y agropecuarias. Llegó al cargo de director principal de la casa Samuel B. Hale, propiedad de su familia. Presidió varias empresas ferroviarias, integrando el directorio local del Ferrocarril Central Argentino. Ocupó la presidencia de la Compañía Anglo Argentina de Tranvías y participó del directorio de la Compañía Primitiva de Gas y la de Seguros La Equitativa. En su rol de ganadero, adquirió fama por los premios obtenidos en las exposiciones rurales con animales de raza que importaba o eran descendientes de ejemplares ganadores. Formó parte del exclusivo Jockey Club, creado por Carlos Pellegrini, presidiendo la institución en el período de 1912 y 1913.



Federico Otto Bemberg fue nieto del fundador del emporio Bemberg el inmigrante alemán Pedro Federico Otto Bemberg, creador de la cervecería Quilmes. Federico Bemberg estuvo casado con Jovita J. García Mansilla perteneciente a la prestigiosa y tradicional familia argentina García Mansilla.

Otros accionistas destacados fueron Tomás de Anchorena (terrateniente y comerciante), Damián M. Torino (abogado salteño, Ministro de Agricultura de la Nación y Vicepresidente de la Comisión Directiva de la Sociedad Rural Argentina) y Ricardo Guerrero (terrateniente), quienes poco después ocuparían puestos en el Directorio de la empresa.
También formaban parte del directorio Fernando Rioja Medel y Luis Escobar Cerda. Este último desde comienzos de 1913 y durante el lapso de un año solicitó el registro de más de 20 marcas de tabacos, cigarros, cigarrillos y artículos para fumadores, varias de ellas (por ejemplo LA POUPÉE y LA MARINA) también utilizadas por las fábricas que constituyeron la Compañía Chilena de Tabacos. Si bien no hallamos registros sobre esta persona, el apellido Escobar Cerda se encuentra casi exclusivamente en Chile y es posible que este miembro del directorio representara a la tabacalera chilena en nuestro país. Escobar Cerda renunció a su cargo en la firma en noviembre de 1915.
Entre septiembre de 1913 y octubre de 1916 la Compañía Tabacalera Argentina solicitó el registro o la substitución de al menos 45 marcas comerciales, más de una por mes. El 17 marzo de 1915 inscribió nueve nombres diferentes, lo que casi con seguridad es un récord para marcas de cigarrillos anotadas en un mismo día por un solo fabricante.
Probablemente la marca de mayor éxito y venta de la Compañía Tabacalera Argentina haya sido LA POUPÉE (la muñeca, en francés). Estos cigarrillos ya existían en Chile[641] desde principios de 1900, siendo elaborados por la Compañía General de Tabacos en la ciudad de Valparaíso, lo que confirma la relación de la firma argentina con la chilena. También existen datos de la existencia de la marca en Perú, aparentemente desde principios del siglo XX. Eran fabricados por Juan G. Montoya en la calle Zárate 173 de la ciudad de Lima, aunque desconocemos si son previos o posteriores a los cigarrillos chilenos.
En nuestro país Luis Escobar Cerda registró la marca LA POUPÉE el 25 de febrero de 1913 y a fines de 1915 se transfirieron los derechos a la Compañía Tabacalera Argentina. Los cigarrillos comenzaron a venderse en el año 1914 en paquetes de 18 cigarrillos por un precio de 15 centavos. Como puede apreciarse en la página anterior, los diseños de la marquilla chilena y argentina son exactamente iguales, tanto en la tipografía como en la parte gráfica y solo difieren en el color del papel. Las etiquetas son extremadamente simples, con impresión monocromática en una sola de sus caras, lo que indica que se perseguía el objetivo de reducir al máximo los costos de fabricación para maximizar las ganancias. A tal efecto en un aviso del momento,[642] dirigido a los revendedores y quiosqueros, se decía:
¿Quiere ganar cien pesos diarios? Venda cigarrillos LA POUPÉE. 18 cigarrillos a 15 centavos. ¡Todo el mundo los pide!
La marquilla de 15 centavos con la dirección de la calle Uspallata 1720 ya es de la época en que Piccardo había adquirido las marcas de la Compañía Argentina de Tabacos y de su empresa subsidiaria la Compañía Tabacalera S. A. Piccardo siguió conservando el diseño simple impreso en un solo color, aunque ahora en ambas caras. LA POUPÉE se mantuvo en el mercado argentino por varios años y continuó siendo fabricada por Piccardo y Cía. al menos hasta 1935, según los datos publicados en la *Guía de Marcas de Industria* de ese año. Para esa época ya se vendía en paquetes de doce cigarrillos, todavía a 15 centavos. Esta firma continuó renovando los derechos sobre la marca por lo menos hasta el año 1943.



LA MARINA, al igual que LA POUPÉE, también fue una marca que previamente se fabricó en Chile, en este caso por M. Domínguez y Cía. con domicilio en la calle Victoria 314-318 de la ciudad de Valparaíso. Fue inscripta en nuestro país por Luis Escobar Cerda en febrero de 1913 y renovada sucesivamente hasta 1934. El afiche[643] con la marinera fumadora de traje blanco y rojo fue realizado en 1907 por Carlos Vázquez Úbeda, un destacadísimo pintor, ilustrador y cartelista español (1869-1944), quien realizó afiches publicitarios para varias empresas españolas durante las primeras décadas del siglo XX, y ocasionalmente aceptaba trabajos de otros países. Desconocemos quién fue el autor de la versión vernácula de la marinera, pues el afiche, de características muy similares al chileno, no está firmado. Solo alcanza a distinguirse el pie de imprenta de la litográfica de Alejandro Bianchi.
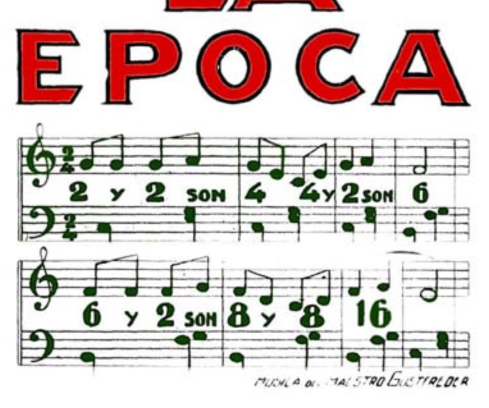
LA MARINA se vendía en carteritas de 14 cigarrillos por 10 centavos aunque, según sus fabricantes, por su calidad se trataba de cigarrillos de 20 centavos. El frente de la marquilla es similar a la ilustración del póster, aunque con una variedad cromática más limitada para reducir los costos de impresión. El dibujo de un buque de guerra, un ancla y un globo terráqueo en la cara posterior de la etiqueta sugiere que el nombre está más ligado a las Fuerzas Armadas Navales que a una marinera.





Otra de las marcas anotadas por Luis Escobar Cerda en febrero de 1913 fue la de los cigarrillos REGIOS de 20 y 30 centavos el atado. La Compañía Tabacalera Argentina la volvió a inscribir en mayo de 1914 correspondiéndole el acta Nº 45488. El ejemplar que mostramos es de la época en que Piccardo ya había adquirido las marcas de la C. A. T., pero seguía conservando los nombres originales de las fábricas y las direcciones en donde habían estado los talleres. Recordamos que la dirección de Humberto 1º 2051 correspondió originalmente a la fábrica La Sin Bombo, de Juan Canter. Los derechos comerciales sobre las dos presentaciones de 20 y 30 centavos fueron renovados en los años 1923/24 y 1934.





La publicidad[644] de los cigarrillos LA ÉPOCA, con parte de la canción infantil "La Farolera" en el pentagrama, es del año 1921 período en el que la manufactura ya dependía de Piccardo y operaba bajo denominación Compañía Tabacalera S. A. Estos cigarrillos se vendían en paquetes de 16 unidades y tenían la particularidad de poder separarse en dos mitades de ocho. Se elaboraban con tabaco de distintas calidades, con precios que, según el aviso, iban desde 20 a 40 centavos el atado, aunque también existió una versión de 10 centavos, tal cual se aprecia en el fragmento de la marquilla que mostramos.

No pudimos hallar la solicitud original del registro de esta marca por parte de la Compañía Tabacalera Argentina. La primera inscripción fue realizada por Donato Didiego y Cía. a fines de 1915 y las sucesivas renovaciones, hasta 1946 están todas a nombre de la SA La Defensa Donato Didiego y Cía. Ltda. Es muy probable entonces que esta marca no haya pertenecido originalmente a la Compañía Tabacalera y que Piccardo la haya elaborado a través de La Defensa, una de sus sociedades controladas.





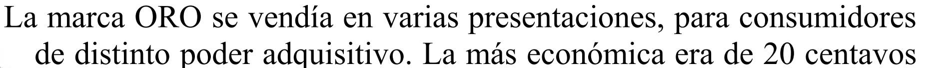


Los cigarrillos LORO fueron inscriptos el 17 de marzo de 1915 (acta Nº 47862) y estaban dirigidos al segmento de consumo popular. Venían en carteritas de 10 centavos con un dibujo del ave en el frente y fotos de rostros femeninos en las caras interiores de la marquilla. Las denominaciones de animales para las marcas de cigarrillos fueron bastante comunes en la incipiente industria argentina del tabaco. Podemos mencionar unos pocos ejemplos: ÁGUILA y CÓNDOR (Juan Canter), LEÓN (José León), EL CHANCHO y LA MULITA (P. Somay), EL PENGÜIN (F. Subízar), BICHO FEO y BULL DOG (C. Bolón), GUANACO (J. M. Busto), CANARIOS y VICUÑA (Testoni-Chiesa-Berta). En la década del 30 aparecen otras marcas con nombre de aves como CARANCHOS (H. Bertoni), CARDENAL y ZORZAL (F. Sanjurjo), GAVILÁN (V. F. Grego), GORRIÓN (Casa Iturrat) y ÑANDÚ (Nobleza).

Sin embargo, ninguna de estas marcas logró siquiera aproximarse al éxito y renombre internacional de la marca del camello, surgida en Estados Unidos en 1913.



ORO era el nombre de los cigarrillos de lujo de la Compañía Tabacalera Argentina. Fueron lanzados por esta firma en enero de 1914, aunque al menos desde 1910 eran fabricados por otra empresa tabacalera, la Compañía Cooperativa de Cigarrillos de Abello y Cía.,[645] con domicilio en la calle Piedras 1025 en la Ciudad de Buenos Aires. Para tratar de insertarse en el mercado esta cooperativa tenía como oferta especial para los comerciantes de la Campaña y del Interior del país un aparato automático para la venta y la propaganda de los cigarrillos, que permitía divertir al público mientras se vendían los atados y se regalaba ORO. Desconocemos si la Compañía Tabacalera Argentina adquirió solo la marca o también el capital de la Cooperativa de Cigarrillos, pero lo cierto es que para 1914 ya publicitaba plenamente este producto.



La marca ORO se vendía en varias presentaciones, para consumidores de distinto poder adquisitivo. La más económica era de 20 centavos el paquete, apuntando a la clase media. Luego estaban los atados de 30 centavos con boquilla de corcho, elaborados con tabaco habano especial. Por último los cigarrillos de mayor calidad costaban 40 centavos el paquete, caracterizándose por su boquilla dorada de corcho, el tabaco habano de cinco X y sus publicidades[646] con distinguidos caballeros y muy elegantes damas, coherentes con el público al que estaba destinado el producto.

Paralelamente la empresa también vendía estos cigarrillos en cajas rígidas de lujo, un formato conteniendo los mejores tabacos de calidad especial.[647] Los ORO de lujo se comercializaban en cuatro presentaciones diferentes de 25 y 50 cigarrillos, con un precio de $1 y $1.50 la caja. Los cigarrillos eran engargolados (es decir el papel se unía sin pegamento), y podían adquirirse sin boquilla, con boquilla de corcho o de oro. El elevado precio de los ORO en *boite de luxe* los convertía en un producto exclusivo para los bolsillos más pudientes, los mismos que poseían la mayoría del paquete accionario de la Compañía Tabacalera Argentina.



En las publicidades de esta firma solían aparecer algunas frases que vale la pena mencionar.

-*Como la verdad siempre prospera, no hay quien dude de la superioridad de los cigarrillos ORO, de 20, 30 y 40 centavos. Único premio su buena calidad.*

-*¿Quién sin herir al buen gusto afirmaría que no son los mejores los cigarrillos ORO de 20, 30 y 40 centavos?*

-*Para nadie es un secreto el por qué todos los fumadores de buen gusto prefieren los cigarrillos ORO de 20, 30 y 40 centavos.*

-*Por su elaboración y finura siguen siendo los árbitros del tabaco los cigarrillos ORO de 20, 30 y 40 centavos.*



La marca de cigarrillos PALERMO fue originalmente registrada por Paulino Hernández en junio de 1913. Los derechos comerciales fueron transferidos a la Compañía Tabacalera Argentina, que el 30 de diciembre de 1914 (acta Nº 47247) realizó la solicitud para la versión de 30 centavos y el 23 de abril de 1915 para la carterita de 20 centavos. Ambas etiquetas tenían la ilustración de una carrera de caballos en el tradicional hipódromo porteño, y la carterita tenía además un dibujo de los bosques de Palermo con autos circulando e imágenes variables en las caras internas. El lanzamiento publicitario[648] de esta marca se realizó principalmente a través de la revista *Fray Mocho* con una serie de avisos de dos páginas en donde se informaban los miles de premios que podían obtenerse con los cupones que venían en los atados. Desde un primer momento se los asoció publicitariamente con la elegancia y el refinamiento.



La marquilla de 12 cigarrillos que presentamos había reducido su precio a 15 centavos y es posterior al año 1927 (de hecho, se registró en 1928) fecha en que se inauguró el Monumento a La Carta Magna y las Cuatro Regiones Argentinas, conocido popularmente como Monumento de los Españoles. Este monumento, cuya imagen aparece en la cara posterior de la marquilla, es uno de los íconos del barrio porteño de Palermo y se encuentra situado en la intersección de la avenida del Libertador con la avenida General Sarmiento. La firma Piccardo, a través de la Compañía Tabacalera S. A., renovó los derechos comerciales sobre la marca al menos hasta el año 1946

Otro dato importante que confirma el origen chileno de la Compañía Tabacalera Argentina, es que el español Fernando Rioja Medel formó parte de su directorio durante por lo menos tres años.[649] Como ya mencionamos cuando hablamos de los cigarrillos PARÍS, este inmigrante[650] fue el mentor de la Compañía Chilena de Tabacos, creada en 1909 a partir de varias fábricas que operaban en la región de Valparaíso. A comienzos de 1913 Rioja incluso registró a su nombre las marcas ORO y SOCIALISTAS que luego serían comercializadas por la Compañía Tabacalera Argentina.

Probablemente debido a que la actividad no dejaba las ganancias esperadas por los socios, el 15 de diciembre de 1917 el directorio de la firma convocó[651] a una asamblea extraordinaria de accionistas para considerar la disolución anticipada de la sociedad, la forma y plazos de liquidación y la designación del liquidador. El 27 de mayo de 1918 el Poder Ejecutivo de la Nación derogó el decreto[652] que autorizó el funcionamiento de la Compañía Tabacalera Argentina.

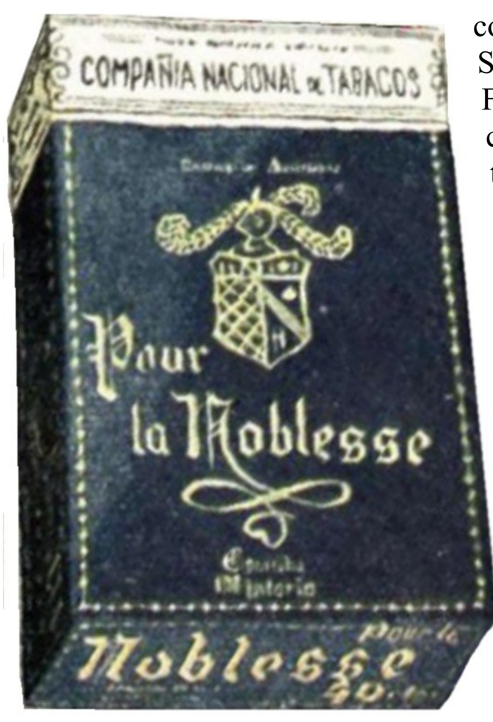
Como mencionamos previamente la Compañía Tabacalera Argentina se fusionó con La Favorita de J. M. Ariza a mediados de 1918 formando la Compañía Tabacalera S. A. El presidente del directorio era A. J. Avery y entre sus directores estaban Carlos J. Scott y Luis Martínez. En 1919 ambas empresas fueron a su vez absorbidas por la Compañía Argentina de Tabacos, que a fines de ese mismo año terminó en manos de Piccardo y Cía. La Compañía Tabacalera S. A. continuó funcionando durante muchos años como una subsidiaria de Piccardo. Las asambleas ordinarias de presentación de balances y renovación de autoridades salieron publicadas en el *Boletín Oficial* por lo menos hasta el año 1950 y tanto Scott como Martínez continuaban formando parte del directorio.

A pesar de su breve existencia, esta fábrica se destacó por haber sido quizás la única en formarse a través de la iniciativa de un tabaquero español establecido en un país vecino (Chile), con el aporte de capital de ilustres inversores argentinos, quienes habían hecho su fortuna en actividades no relacionadas con la industria tabacalera.

La Compañía Nacional de Tabacos



Para entender el origen de la Compañía Nacional de Tabacos en la Argentina, primero es conveniente repasar la forma en que se creó la primera gran empresa multinacional de la industria del tabaco.[653]
El invento de una cigarrillera realmente eficiente, realizado por James Bonsack en 1881, permitió que la productividad manual máxima de un empleado, de 3000 cigarrillos en una jornada de 10 horas, se lograra mecánicamente en solo 15 minutos. En 1885 la firma estadounidense W. Duke, Sons & Co., liderada por James B. Duke y fundada en 1881, fue la pionera en adoptar las máquinas cigarrilleras. Gracias a la mecanización de las manufacturas tabacaleras en la segunda mitad de la década de 1880 se incrementó notablemente la capacidad productiva. Esto provocó que la demanda fuera satisfecha por un número menor de productores y favoreció la formación de la American Tobacco Company (ATC), un conglomerado de las cinco tabacaleras más importantes que prácticamente monopolizó la industria norteamericana. El exceso en la capacidad productiva alentó la búsqueda de nuevos mercados fuera de las propias fronteras, en un principio a través de la exportación directa del producto manufacturado, y luego con la instalación de fábricas en los países extranjeros para evitar las crecientes tarifas aduaneras. Desde Inglaterra, a comienzos del siglo XX aún se favorecía la exportación directa del producto acabado y fue así que las empresas británicas pronto entraron en competencia directa con la ATC. En 1901 la compañía americana compró una pequeña tabaquería en Inglaterra para comenzar a competir directamente en tierras británicas, lo que provocó que varias de las mayores empresas del rubro, incluyendo a Wills y Players, formaran la Imperial Tobacco Company para combatir los avances de la ATC. Sin embargo, luego de un año de guerra comercial, ambas firmas acordaron que cada una conservaría su mercado local y formaron una empresa conjunta denominada British American Tobacco (BAT) con base en Gran Bretaña, aunque la ATC controló inicialmente dos tercios del paquete accionario para todas las inversiones y exportaciones a países extranjeros. La BAT se convirtió así en la primera multinacional del tabaco y, al no tener competidores de poder económico equivalente, pudo desarrollar durante más de diez años sus actividades sin ningún tipo de competencia, salvo las manufacturas locales, en mercados que aún estaban en una etapa de preindustrialización.



Entre los primeros países en los que se instaló la BAT se encontraban las (ex)colonias británicas como Canadá, Australia, Sudáfrica y la India; Alemania, Holanda, Suiza, Noruega y Finlandia, dentro de Europa; e inclusive sitios tan distantes como China, Egipto, Indonesia o Japón. Sin embargo, la participación de la ATC en la BAT pronto se vio afectada debido a que la Suprema Corte de Estados Unidos ordenó la disolución de la empresa creada por James B. Duke porque violaba la ley antimonopolio. De esta forma hacia el final de la primera guerra mundial las acciones americanas de la BAT habían sido adquiridas por capitales británicos y la firma se había transformado en una empresa completamente inglesa.
A principios de la década de 1910 la BAT comenzó a focalizar su interés en Sudamérica, particularmente en Brasil y la Argentina, países que habían sostenido un considerable crecimiento económico debido al boom exportador de fines del siglo XIX. En el caso de Brasil la BAT ingresó al mercado en 1913 mediante la compra de la Cía. Continental de Tabacos y luego en 1914 por la adquisición de Souza Cruz, la firma fundada por el inmigrante portugués Albino Souza Cruz en 1903.

En nuestro país otra empresa inglesa, la Argentine Tobacco Company, había revolucionado la industria del cigarrillo en 1911 con la adquisición de la mayoría de las tabacaleras más importantes y tradicionales. La BAT tuvo una rápida reacción ante la amenaza que representaba la C. A. T. y en 1913 creó su subsidiaria en Buenos Aires llamada Compañía Nacional de Tabacos.



Para comenzar con sus actividades productivas en la Argentina la BAT adquirió la manufactura Bozetti y Cía., una de las sobrevivientes a la formación del conglomerado de empresas que monopolizó el negocio del tabaco, permitiendo que Héctor Bozetti continuara en la compañía luego de que la BAT tomara el control. Este hijo de inmigrantes italianos nació en la ciudad de Buenos Aires en 1865 y se dedicó al rubro del comercio. En 1911 registró la marca de cigarrillos MISTERIO de 30 centavos, la única que hemos hallado a su nombre. Los talleres de la manufactura estaban en la calle Bartolomé Mitre 1375 y, según una publicidad[654] del año 1912, los MISTERIO eran elaborados por el personal que fabricó los cigarrillos REINA VICTORIA y que seguramente había quedado desempleado luego de que la C. A. T. se hiciera cargo de la firma de Enrique Martínez. Como en el caso de Piccardo y Cía., la leyenda "No son del trust" se utilizaba en grandes caracteres para enfatizar la no pertenencia a la compañía inglesa, aunque al año siguiente Bozetti y Cía. terminaría en manos de otra empresa británica, aún más poderosa que la C. A. T.



Los primeros pasos de la BAT en el continente sudamericano fueron supervisados por Montague Law Whishaw, nacido en la ciudad rusa de San Petersburgo pero naturalizado británico, quien en 1912 y con 32 años de edad[655] había estado trabajando en las dependencias de la BAT en la Rusia zarista.

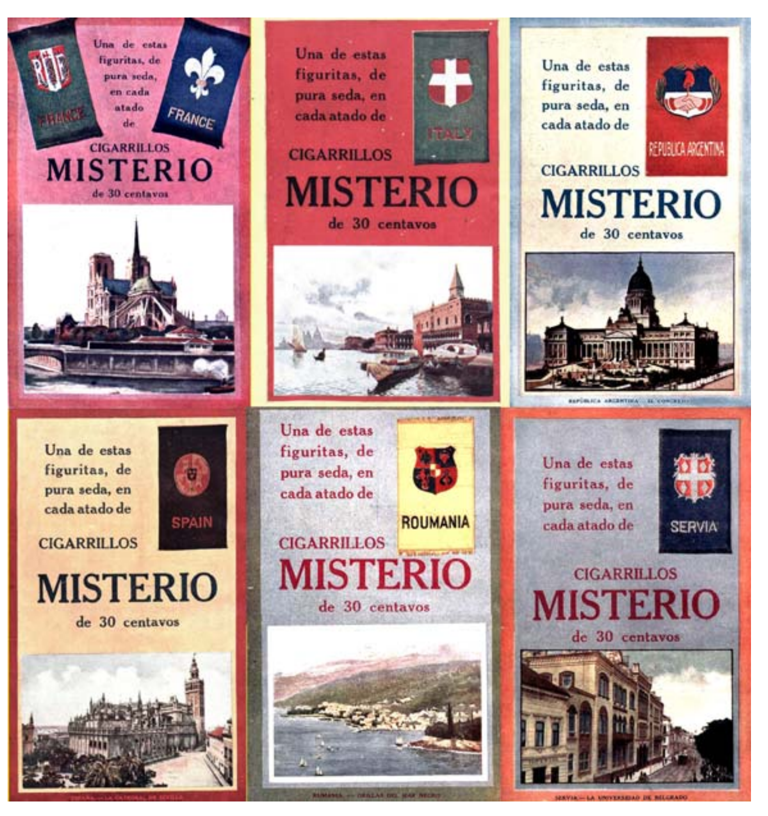
La firma fue autorizada a funcionar[656] el 17 de abril de 1913 mediante un decreto firmado por el Presidente de la Nación, Dr. Roque Sáenz Peña, con un capital acordado de 5 millones de pesos dividido en 10.000 acciones ordinarias de $100 y 40.000 preferenciales de $100, todas propiedad de la BAT.[657] Contrariamente a lo sucedido en Brasil, en donde había restricciones para exportar sin el consentimiento de la BAT, aquí no se fijó ningún impedimento territorial. A comienzos de 1914 el directorio local de la BAT estaba presidido John Armstrong Anderson y lo componían, entre otros, Lawrence Hignett (uno de los vicepresidentes del directorio británico de la BAT, director de W. D. & H. O. Wills y presente en el directorio local hasta en 1923), Hugo Cunliffe Owen (otro de los vicepresidentes de la BAT central hacia 1914, y quien luego sería presidente del directorio inglés entre 1923 y 1945), Charles Tilden Hill (también miembro del directorio de la BAT en Inglaterra) y Thomas Gracey. Como puede apreciarse, la BAT había dejado poco espacio para la participación autóctona en la toma de decisiones. Sin embargo, en 1916 la presidencia del directorio de la Compañía Nacional del Tabacos había pasado a manos de Héctor Bozetti, William Thompson era uno de los directores y J. A. Campos el síndico. En 1923 se emiten nuevas acciones y se eleva el capital social a 9 millones de pesos y en 1926 se lo aumenta hasta 20 millones, lo que de una idea del enorme crecimiento que tuvo la sociedad luego de la finalización de la primera guerra mundial. Bozetti estuvo en la presidencia del directorio por lo menos hasta 1928.



El 15 de octubre de 1913 la Compañía Nacional de Tabacos realiza la primera inscripción en la Oficina de Patentes y Marcas para la marca MISTERIO de 20 centavos, a la que le correspondió el acta Nº 42891. En los primeros ejemplares de estos cigarrillos aún figura el nombre H. Bozetti y Cía., además de Compañía Nacional de Tabacos, y ya aparece la dirección original de la fábrica con talleres ubicados en la calle Paso 436-444.

El último día del año 1913 la firma solicitó el registro del nombre POUR LA NOBLESSE (acta Nº 43952), una de las marcas con mayor éxito en ventas. Durante 1914 contamos 31 solicitudes de registro, entre ellas las marcas YELMO y MARIPOSA (de mucha aceptación en la línea de tabacos). El comienzo de la primera guerra mundial congeló las inversiones de la BAT en la Argentina y solo después de 1918 comenzó una considerable expansión que probablemente haya precipitado la decisión de la C. A. T. de vender sus intereses en nuestro país. En los seis años que abarcan el período desde comienzos de 1915 hasta fines de 1920 la Compañía Nacional solo inscribió una decena de marcas.

Dentro de las primeras marcas exitosas de la Compañía Nacional de Tabacos podemos destacar la ya mencionada MISTERIO. Heredada de Héctor Bozetti, venía en las presentaciones de etiqueta azul en carteritas de 20 centavos (también había una variedad con etiqueta verde), roja de 30 centavos, y la de 40 centavos elaborada con tabaco habano extra fino y en paquete muy lujoso. Además de incluir en sus atados unas hermosas figuritas de seda con escudos y banderas de distintos países,[658] esta marca tuvo una original idea para hacerse conocer entre los fumadores. En los avisos de los cigarrillos MISTERIO etiqueta azul de 20 centavos se decía[659] “necesitamos dichos criollos, refranes, pensamientos, chistes, etc.” Los textos se imprimían en botones de celuloide (o pines, como se los llama actualmente) que venían dentro de los paquetes de cigarrillos. La Compañía Nacional de Tabacos fue la primera firma en utilizar esta estrategia comercial, y además premiaba a los que colaboraban con frases nuevas con un paquete gratuito de cigarrillos (un premio no demasiado tentador…).



Una de las primeras estrategias de venta de la Compañía Nacional de Tabacos para su marca MISTERIO fue la introducción en los paquetes de figuritas de seda, en lugar de las típicas de cartón. Estas sedas fueron pensadas para atraer el mercado de mujeres fumadoras, quienes las coleccionaban y utilizaban para coserlas entre ellas creando almohadas o cubrecamas. Además de la serie con escudos de distintos países existió (al menos) otro lanzamiento con banderas nacionales.

En el mismo aviso se afirmaba que “*Gracias a nuestros botones muchas muchachas han conseguido novio, muchos hombres se han casado, y todo el mundo ha tenido ocasión de pasar ratos agradables, comentando las ocurrencias a que han dado motivo el uso popular de nuestros famosos botones*”. La mayoría de las frases de los

pines aún hoy conservan vigencia, salvo algunas como “voy al biógrafo”, término muy popular hasta la década de 1940 para referirse a las salas de cine, pero que ha caído en desuso y “no me peche cigarrillos” cuyo significado es “no me pida cigarrillos”.
Hacia mediados de la década de 1910 la empresa no tenía aún una penetración importante en el mercado y sus cigarrillos no llegaban a muchas ciudades. Por eso se ofrecía enviar por correo cinco paquetes de MISTERIO etiqueta azul de 20 centavos por un peso, con un botón de celuloide cada uno, a aquellos que no pudieran conseguir los cigarrillos en su barrio o ciudad.



Para lanzar publicitariamente su primera marca al mercado la Compañía Nacional de Tabacos eligió a la recientemente creada revista *Fray Mocho*, en lugar de otras ya establecidas como *Caras y Caretas* o *PBT*. El primer número de *Fray Mocho* apareció el 03 de mayo de 1912 bajo la dirección de Carlos Correa Luna junto con la colaboración de varios dibujantes, periodistas y escritores que se alejaron de *Caras y Caretas* disconformes con la evolución que había tenido la línea editorial. El nombre *Fray Mocho* justamente corresponde al seudónimo de José Sixto Álvarez, fundador de *Caras y Caretas*. Muy pronto las ventas de *Fray Mocho* competían con las de sus revistas rivales y probablemente esto halla llevado a que decenas de avisos a todo color de los cigarrillos MISTERIO aparecieran en la contratapa de *Fray Mocho* durante casi dos años consecutivos.[660] En un gran número de las publicidades aparecía el “diablito” de los cigarrillos MISTERIO acompañado de su novia, una bellísima rubia, y su perro blanco.



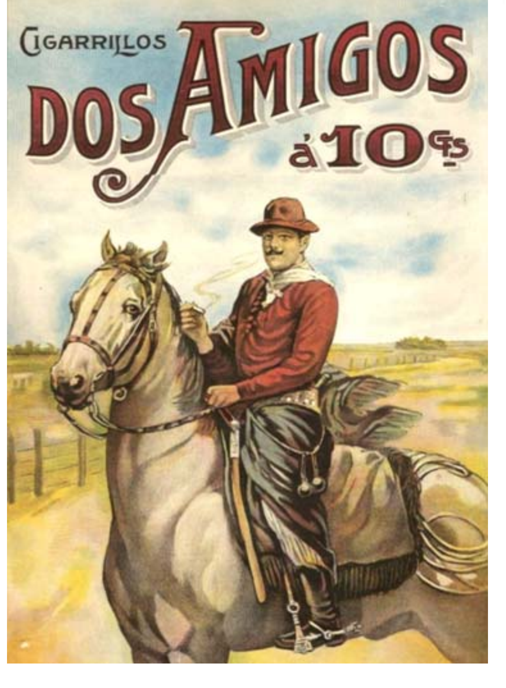


A comienzos de 1914 la revista y la tabacalera inglesa organizaron el concurso denominado raid automovilístico “Fray Mocho – Misterio” que consistía en recorrer las catorce provincias argentinas de entonces en auto. La travesía sería por caminos casi inexistentes y se utilizaría un coche marca Barré, dotado con neumáticos Pirelli, utilizando combustible Wico y lubricante Rajeolina, que debería recorrer más de 11.000 kilómetros. Según los propios organizadores sería el raid más dificultoso del mundo realizado hasta entonces, luego del París-Pekín. Se destinaron $125.000 en premios para los participantes del concurso asociado quienes debían adivinar en qué día y horario llegaría el automóvil a diferentes ciudades del país. En algunas de las publicidades se aprecia el cupón que debía enviarse junto con una marquilla de MISTERIO para participar del concurso. La travesía comenzó el 14 de marzo de 1914 y durante 6 meses el automóvil recorrió más de 6.000 kilómetros llegando hasta Jujuy. Debido al comienzo de la primera guerra mundial el raid fue suspendido y desconocemos si alguna vez llegó a completarse. La crónica de la travesía fue redactada muy detalladamente por el periodista de *Fray Mocho* Ricardo Dupuy Lomé en sucesivas entregas de la revista y constituye un documento único que describe cómo eran las vías de comunicación entre las distintas ciudades argentinas a comienzos del siglo XX.

Simultáneamente con la creación de la Compañía Nacional de Tabacos, la BAT decidió formar una subsidiaria llamada S. A. El Fénix Fábrica de Cigarrillos, con el propósito de elaborar marcas locales de bajo costo que pudieran venderse junto con las marcas ya establecidas.



La que tuvo más suceso fue DOS AMIGOS, registrada el 15 de octubre de 1913, el mismo día que la Compañía Nacional de Tabacos inscribió el nombre MISTERIO. Los cigarrillos DOS AMIGOS siguieron produciéndose al menos hasta fines de la década de 1940 como marca económica de 10 ó 15 centavos, inflación mediante. En sus avisos, y en las fotos que aparecen en algunas marquillas, se distingue la presencia de gauchos (por el destino rural que perseguía la marca) y de mujeres con caballos. El Fénix también anotó marcas de muy poco éxito como VENDETTA o 18.



Según una referencia[661] la S. A. El Fénix habría sido fundada el 15 de enero de 1914 con un capital de $10.000 dividido en acciones de $100. Sin embargo, en el *Boletín Oficial* hay dos registros del año 1913, lo que corrobora que estuvo funcionando desde varios meses antes. Durante 1922 esta subsidiaria fue disuelta y se le retiró la personería jurídica por no haber cumplido sus objetivos y obligaciones originales. La meta fundacional de la compañía había sido la importación de tabaco, su elaboración y la compra y venta de tabacos, cigarros y cigarrillos.

Los cigarrillos habanos YELMO fueron registrados por la Compañía Nacional de Tabacos el 30 de marzo de 1914 (acta Nº 44850). Se presentaban en cajitas de cartulina dura con interior deslizable, al estilo de los paquetes ingleses, a precios de 20, 30 y 40 centavos de colores celeste, rojo y azul. Los atados de 20 centavos contenían cupones por un valor de 4 centavos que podían canjearse por efectivo o por distintos objetos que eran expuestos en el local de canje situado en Av. de Mayo 961.[662] La variedad de premios ofrecidos era enorme y por 50 cartoncitos podían obtenerse lapiceras, cigarreras o broches. Si se deseaban objetos de oro eran necesarios más de 5000 cupones. Los atados de 30 centavos contenían banderitas similares a las de las que venían en los cigarrillos MISTERIO. Esta marca, que estaba dirigida principalmente a





los consumidores de más alto poder adquisitivo, fue una de las primeras marcas propias de la Compañía Nacional de Tabacos en tener un éxito apreciable en sus ventas. El nombre YELMO se tomó de la parte de la armadura que protegía la cabeza y el rostro del guerrero, llegando a ser piezas imprescindibles de la armadura medieval. Posteriormente se siguieron utilizando en desfiles, paradas militares y torneos deportivos para mejorar la seguridad.

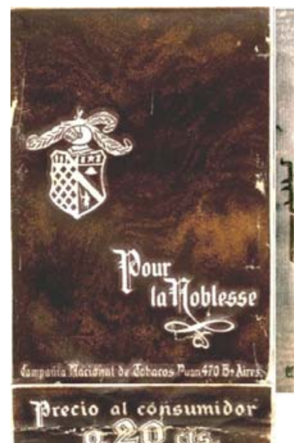
CIGARRILLOS
Pour la Noblesse
(Nobleza)
a 30 y 40 ctvs.
El cigarrillo que responde a su título.
Calidad superior a cualquiera otro.
Tamaño mayor que todos los demás.
Tamaño de POUR LA NOBLESSE.
Tamaño de otras marcas de 0.30.
Si Vd. encuentra alguna dificultad para conseguir nuestros cigarrillos, remítanos $ 3.00 y le enviaremos por correo, porte pago, 10 paquetes de 30 ctvs.
Compañía Nacional de Tabacos
PASO, 444 - BUENOS AIRES

Sin duda alguna POUR LA NOBLESSE fue la gran marca de éxito masivo de la BAT. El nombre fue anotado por primera vez el 31 de diciembre de 1913, pero recién en octubre de 1915 se realizó el registro completo incluyendo el diseño de la marquilla. Estos cigarrillos "Para la Nobleza" utilizaron el toque de distinción que le daba el nombre francés a los productos que se vendían como de calidad superior. En los avisos se los presentaba[663] como "el cigarrillo que responde a su título", además de enfatizar que eran más grandes que los productos de otras fábricas. Al igual que para los MISTERIO, se ofrecía enviar por correo diez paquetes de 30 centavos por $3.00, sin cobrar el costo del correo, para los fumadores que tuvieran dificultad en conseguir estos cigarrillos en las ciudades del interior.

Los POUR LA NOBLESSE inicialmente se comercializaban en atados de 30 y 40 centavos, aunque también se vendieron en paquetes de 20 centavos desde comienzos de la década de 1920. Existieron distintas variedades de POUR LA NOBLESSE tales como los MÁXIMOS (en marquillas de color gris y azul de 30 centavos), los MISTERIO (de 40 centavos, en color negro con letras doradas), los ESPECIALES de 30 centavos, los EXTRA de 40 centavos y los DE LUXE de 60 centavos. La Compañía Nacional de Tabacos renovó los derechos comerciales sobre la marca periódicamente por lo menos hasta el año 1935.

Hacia mediados de la década de 1930 nacen los NOBLEZA versión castellanizada de los POUR LA NOBLESSE, en las presentaciones MÁXIMOS, MAGNOS y LIGA 58, y subsisten hasta principios de los años 60. En 1969 se relanzan al mercado con el nombre NOBLESSE, ahora con filtro y tamaño King Size de 85 mm, en una elegantísima cajita dorada con letras rojas, la primera en venderse en el país con el formato Flip Top. Este tipo de cajita, con el famoso diseño del techo rojo, fue introducido por Philip Morris en 1954 para renovar y masculinizar la imagen de sus cigarrillos Marlboro, que originalmente habían sido lanzados al mercado en el año 1924 como cigarrillos para el público femenino.

La Compañía Nacional de Tabacos produjo en 1919 (seis años después de su fundación) tres millones de paquetes de catorce cigarrillos cada uno, la cantidad más usual en los atados de la época.





A modo de comparación, recordamos que a mediados de esa misma década la firma Piccardo y Cía. vendía casi 150 millones de paquetes por año, y que esa misma fábrica a los seis años de haber sido creada superaba los cinco millones de atados anuales. En el año 1923 la marca POUR LA NOBLESSE, en atados de 20, centavos alcanzó una venta récord de 14.000.000 de paquetes.[664] Estos hechos confirman lo ya expuesto en relación a que durante la primera guerra mundial el crecimiento de la empresa fue más bien moderado, y las fuertes inversiones se empezaron a producir luego de 1919 cuando la C. A. T. ya se había retirado del país.



En 1914 la Compañía Nacional inscribió el nombre MARIPOSA para cigarrillos de 30 centavos, aunque esta marca se destacó principalmente como tabaco suelto. Desde comienzos de la década de 1920 la línea de tabacos LA MARIPOSA logró gran aceptación entre los consumidores con sus distintas variantes: Caporal; Hebra negra, corriente, fina y finísima; Virginia amarillo y extra; Alemán de primera y especial. Muchas de estas presentaciones también se ofrecían como cigarrillos armados. Dentro de las marcas de tabaco producidas por la Compañía Nacional podemos mencionar VERSALLES, RICHMOND, DIANA, LOS ALPES, etc.

En 1920 la BAT adquirió terrenos en la Capital Federal iniciando los trabajos de cimentación de nuevos depósitos, fábrica, y oficinas propias en la calle Puán 470, en el barrio de Caballito. La empresa se mudó en 1921 y permaneció allí hasta fines de la década de 1970, cuando se trasladó al partido de San Martín. El edificio de Caballito fue refaccionado y allí funciona actualmente la Facultad de Filosofía y Letras de la UBA.



En 1923 la Compañía Nacional obtuvo la licencia para fabricar los cigarrillos ingleses PLAYER'S, posiblemente una de las primeras marca de reconocimiento internacional en producirse en el país. La versión Navy Cut de estos cigarrillos fue anotada en el registro de marcas en enero de 1927 y se vendía a 30 centavos el paquete de 12 cigarrillos. Al año siguiente se comenzaron a vender los DRUM de John Player a 15 centavos y en 1929 también se fabricaban localmente los THE FLAG de 20 centavos, bajo convenio con W. D. & H. O. Wills.

De la marca POUR LA NOBLESSE se derivó el nombre de la Compañía Nobleza de Tabacos, utilizado a raíz de un decreto presidencial de 1933 que prohibió el uso de la palabra Nacional en la razón social de las empresas radicadas en la Argentina. En el *Boletín Oficial* hay un registro de abril de 1932 de los cigarrillos POUR LA NOBLESSE a nombre de la Compañía Nobleza de Tabacos S.A., pero recién desde julio de 1934 comienza a aparecer esta nueva razón social de forma más frecuente, aunque aún persiste la antigua denominación de la firma en algunos registros hasta fines de 1935. De hecho, el 30 de julio de 1935 fue la fecha en la que se realizó la asamblea extraordinaria de accionistas en donde se aprobó el cambio de razón social.[665]

Ya ubicada en la calle Puán 470, la Compañía Nacional de Tabacos lanzó marcas de larga vigencia en el mercado como EMBAJADORES o JOCKEY CLUB. Los EMBAJADORES, fueron originalmente registrados en enero de 1929 en su versión de 30 centavos y venían en una elegante caja deslizable que contenía 12 cigarrillos. A fines de 1932 comenzó a comercializarse la presentación de 20 centavos el paquete, que se produjo durante casi 60 años en distintas versiones, discontinuándose a fines de la década de 1980 los EMBAJADORES VENTIL que venían en paquetes de 20 cigarrillos de formato 100 mm.

JOCKEY CLUB fue (hasta su conversión en la marca multinacional PALL MALL en 2013) una de las marcas más emblemáticas de la actual BAT Argentina a lo largo de sus más de 100 años de historia en nuestro país. Sin embargo, como ya mostramos, el primero en comercializar la marca JOCKEY CLUB en la Argentina fue Henry Brisson en el año 1890.



En 1905,[666] aún varios años antes de que la BAT se estableciera comercialmente en Sudamérica, la empresa Auger y Cía., (sucesora de la Cigarrería Francesa de los hermanos Brisson) solicitaba a los fumadores que probaran sus cigarrillos que venían en carteritas de 20 centavos con tabaco habano.

En 1915 la marca JOCKEY CLUB aparece registrada a nombre de José Tschernigoi y en 1925 la inscribe Eduardo de Pablo, ya con el clásico diseño de la gorra de jockey y la fusta. Recién el 21 de julio de 1926 la Compañía Nacional de Tabacos presenta la solicitud de registro de los JOCKEY CLUB en las versiones de 30 y 40 centavos, de las cuales presentamos una imagen de la variante más económica conocida como Ultra Finos.



A comienzos de la década de 1930 son lanzados los JOCKEY CLUB PRIMERO en paquetes de 10 y 20 centavos. La marquilla que mostramos es de principios de 1930, cuando ya se vendían en atados de 12 cigarrillos a un precio de 10 centavos, lo cual indica que a pesar de tener un nombre ligado a las clases más acomodadas, la marca también apuntaba a obreros y personas de menor poder adquisitivo. El color rojo característico de la marca es muy posterior a las marquillas que mostramos. A mediados de la década de 1940 comenzaron a venderse los JOCKEY CLUB FUERTES con la etiqueta del clásico color rojo, aunque con letras en color negro. Recién en 1962, cuando se lanzó la versión King Size de 85 mm, apareció el diseño más reconocido. Rápidamente se convirtió en la marca de mayor venta del país, puesto que sostuvo por alrededor de 20 años.

El nombre de la marca de cigarrillos se deriva del Jockey Club, un aristocrático club de la Capital Federal, fundado el 15 de abril de 1882 por el futuro presidente de la Nación el Dr. Carlos Pellegrini y un grupo de "caballeros representativos de la actividad política y económica del país". Es el club más tradicional e importante de Argentina, con prestigio a nivel mundial generado por su excelente actividad turfística. En 1926 la Compañía Nacional de Tabacos solicitó el registro para la marca CLUB DEL PROGRESO, otro tradicional club porteño formado por familias de la élite argentina, que se destaca por ser el club de caballeros más antiguo de Sudamérica (fue fundado en 1852 por Diego de Alvear). Hasta donde sabemos esta marca nunca llegó a venderse comercialmente.



El 10 de enero de 1930 la Compañía Nacional de Tabacos inscribió el nombre AMERICAN CLUB (acta Nº 144431) en su versión SPECIALS de 40 centavos. Esta fue otra de las marcas de la BAT que logró sobrevivir durante más de cuarenta años en el competitivo mercado del cigarrillo en la Argentina.

La Compañía Nacional (y luego Nobleza) ha sido una de las manufacturas más prolíficas en cuanto a la cantidad y variedad de marcas de cigarrillos que produjo. Entre los años 1913 y 1946 aparecieron en el *Boletín Oficial* más de 350 solicitudes de registros de casi 200 marcas distintas. Además de las ya mencionadas, en sus primeras décadas de vida también produjo marcas como ARGOS (20 y 30 centavos) CITY CLUB, ELEGANTES, COLUMBIA, MAGNOS, RICHMOND y TRANQUILO, destinadas a los bolsillos más acomodados mientras que los PINGO, FLOR DE CEIBO (o simplemente CEIBO), CUYANOS, COMETA, LA SUERTE, ANDINOS (10 centavos) y NACIONAL y CHURITOS (15 centavos) cubrían la demanda de sectores populares gracias a su precio accesible.



Como ya mencionamos, en 1977 la Compañía Nobleza de Tabacos se fusiona con la SA Manufactura de Tabaco Piccardo y Cía. Ltda., mudándose en 1981 a las enormes instalaciones que había dejado la automotriz General Motors al retirarse de nuestro país. En 2011 la producción de Nobleza-Piccardo se traslada al Parque Industrial de Pilar en el norte del Gran Buenos Aires. Recién en 2016, luego de más de 100 años de presencia en la Argentina, se modifica la razón social a British American Tobacco Argentina SAICyF, alineándose con la marca corporativa utilizada en más de 180 países en el mundo y dejando explícito el origen internacional de la empresa.

La Argentina, de P. Massalin y J. Celasco

Una historia que comienza con el siglo XX[667]

El año 1900 encontraba a la República Argentina en un rápido crecimiento bajo la segunda administración del presidente Julio A. Roca. Se habían fundado muchas nuevas industrias, la iluminación eléctrica comenzaba a utilizarse en las primeras calles empedradas y por toda la ciudad se advertían indicios de prosperidad. Paralelamente fueron surgiendo cientos de heroicas historias que, con el tiempo, se convertirían en las leyendas de Buenos Aires.

Don Pedro Massalin y Don José Celasco habían estado conversando por algún tiempo sobre la posibilidad de abrir un negocio de venta de cigarros. Ese mismo año llegaron a un acuerdo, sellando la nueva sociedad con un apretón de manos. Su primer local comercial estuvo en la calle Brasil 1059, en la zona de Constitución, que aún hoy tiene algunas construcciones que conservan la atmósfera característica de aquella época lejana.





Orgullosos de su país y confiados en lo que les depararía el futuro, Pedro Massalin y José Celasco acordaron denominar a su negocio La Argentina.

Pedro Massalin fue un inmigrante austríaco nacido entre 1858 y 1859. Se casó con Teresa Casella (natural de la Argentina) con quien tuvo al menos tres hijos: Pedro Francisco, nacido en 1891, Alejandro José (1893) y Danilo Ireneo (1898). Alejandro ocupó la vicepresidencia del directorio de la firma Massalin y Celasco SA Comercial e Industrial (creada en 1943) entre 1943 y 1947, asumiendo luego el cargo de presidente.

No hemos hallado datos certeros sobre José Celasco, pero se presume su origen italiano debido a que la mayoría de las personas con ese apellido llegaron a la Argentina desde ese país europeo.

La actividad de Massalin y Celasco empezó con la importación de tabaco, cigarros, cigarrillos, pipas y otros productos del ramo desde Europa, principalmente de Bélgica, Inglaterra, Austria y Francia. Uno de los productos que comercializaban eran los cigarros CURIOS,[668] fabricados en Anvers (Amberes), Bélgica, que eran importados por la firma en forma exclusiva a la Argentina y Uruguay, vendiéndose a 20 centavos la unidad, el precio de un paquete de cigarrillos de mediana calidad. Estos cigarros contaron con el favor de los consumidores y se distribuían en más de cien cigarrerías, bares y confiterías de la ciudad de Buenos Aires. La firma los anotó en la Oficina de Patentes y Marcas en marzo de 1906.

Poco a poco La Argentina fue adquiriendo renombre y se volvió bien conocida, transformándose en una de las tradicionales cigarrerías porteñas. Esto permitió que el negocio de importación se expandiera y fuera necesario abrir una sucursal en la calle Cerrito 147. Allí la firma comercializaba importaciones exclusivas de cigarros Havana hechos en Brasil, cigarrillos turcos y norteamericanos y una larga lista de artículos de cigarrería. Las ventas siguieron en alza y nuevas sucursales fueron abiertas en San Martín 179 (que ya figura en el aviso de los cigarros CURIOS de 1907), Corrientes 816 y Avenida de Mayo 1110.

En el año 1914 comenzó la Primera Guerra Mundial y los productos importados que arribaban al país comenzaron a ser escasos. Fue entonces que la firma decidió tomar un nuevo rumbo y comenzar a vender al por mayor cigarrillos fabricados localmente. Para ello se acondicionó un edificio de la calle Tacuarí al 400, esquina Belgrano, donde se empezaron a elaborar cigarrillos de tabaco negro. Massalin y Celasco utilizaban para la manufactura de su nuevo producto una primitiva máquina Bonsack, de una muy limitada capacidad para armar cigarrillos, que producía un ruido ensordecedor. Sin embargo, el deseo de ingresar a un difícil mercado y superar a una poderosísima competencia era más fuerte que el ruido de su máquina cigarrillera.



En 1913 la fábrica anotó la marca de cigarros SANNILLOS que originalmente se importaba de Amberes, pero que luego se fabricó localmente. Algunas de las primeras marcas de cigarrillos registradas por Massalin y Celasco fueron CANILLITAS (10 centavos), PRIVADOS (20 centavos), SELLO AZUL, SELLO ROJO (ambas de 30 centavos) y SKIPPER. Los cigarrillos tuvieron al principio un éxito moderado, pero nuevamente la fábrica de Massalin y Celasco perseveró y mostró que "donde hay un deseo, hay un camino". La marquilla de CANILLITAS que mostramos es de fines de la década de 1920, aunque fue anotada por primera vez en julio de 1921. El aviso de los cigarrillos PRIVADOS, inscriptos originalmente en noviembre de 1925, es obra del ilustrador francés Achille Mauzan.

La importación recomenzó luego de finalizada la guerra, pero para entonces la manufactura de cigarrillos era la principal actividad de la compañía y a principios de la década de 1920 fue necesario mudarse a un edificio más grande en la calle Tacuarí 558-560. De todas formas Massalin y Celasco continuó con la importación y fabricación de cigarros y comercializó la marca VAN DYCK desde mediados de la década de 1920, con muy buena aceptación del público.



Los métodos de producción fueron estudiados cuidadosamente, se adquirió maquinaria más moderna, se contactaron nuevos productores y se culminó con una nueva marca denominada SELLO AZUL, originalmente registrada en mayo de 1916, pero que salió a la venta recién al final de los años '20.

Para esa época la pequeña tienda se había transformado en una empresa de gran tamaño. Con más experiencia de mercado y mayor financiamiento propio en 1931 llegó la marca CARAVANAS, de enorme éxito, que permitió

continuar con la expansión de los negocios. En la dirección de Tacuarí 558-560 se fabricaban o importaban algunas marcas con tabaco supuestamente oriental, como MECA (anotada en 1931), KHEDIVE y CAMEL, y otras traídas desde Estados Unidos y destinadas al público femenino como MARLBORO (registrada en enero de 1926). En los primeros 40 años de vida de Massalin y Celasco la firma presentó más de 200 solicitudes de registro y renovación de marcas comerciales de cigarrillos y cigarros, según puede corroborarse en las publicaciones del *Boletín Oficial*.

A mediados de la década de 1930 fue necesario contar con una planta productora más amplia y a tal efecto se eligieron los viejos talleres de la fábrica La Popular de Juan Posse, construidos en 1892 en el barrio de Almagro. Allí se desarrolló el plan de incorporar al mercado una marca de cigarrillos rubios, que culminó con el lanzamiento de los ARIZONA en 1937, elaborados exclusivamente con una mezcla de tabacos importados. El éxito de ventas obligó a incrementar y actualizar la maquinaria elaboradora y llevó al lanzamiento de SARATOGA, una marca hecha con tabaco nacional cultivado en la zona de Rosario de Lerma, en la provincia de Salta.

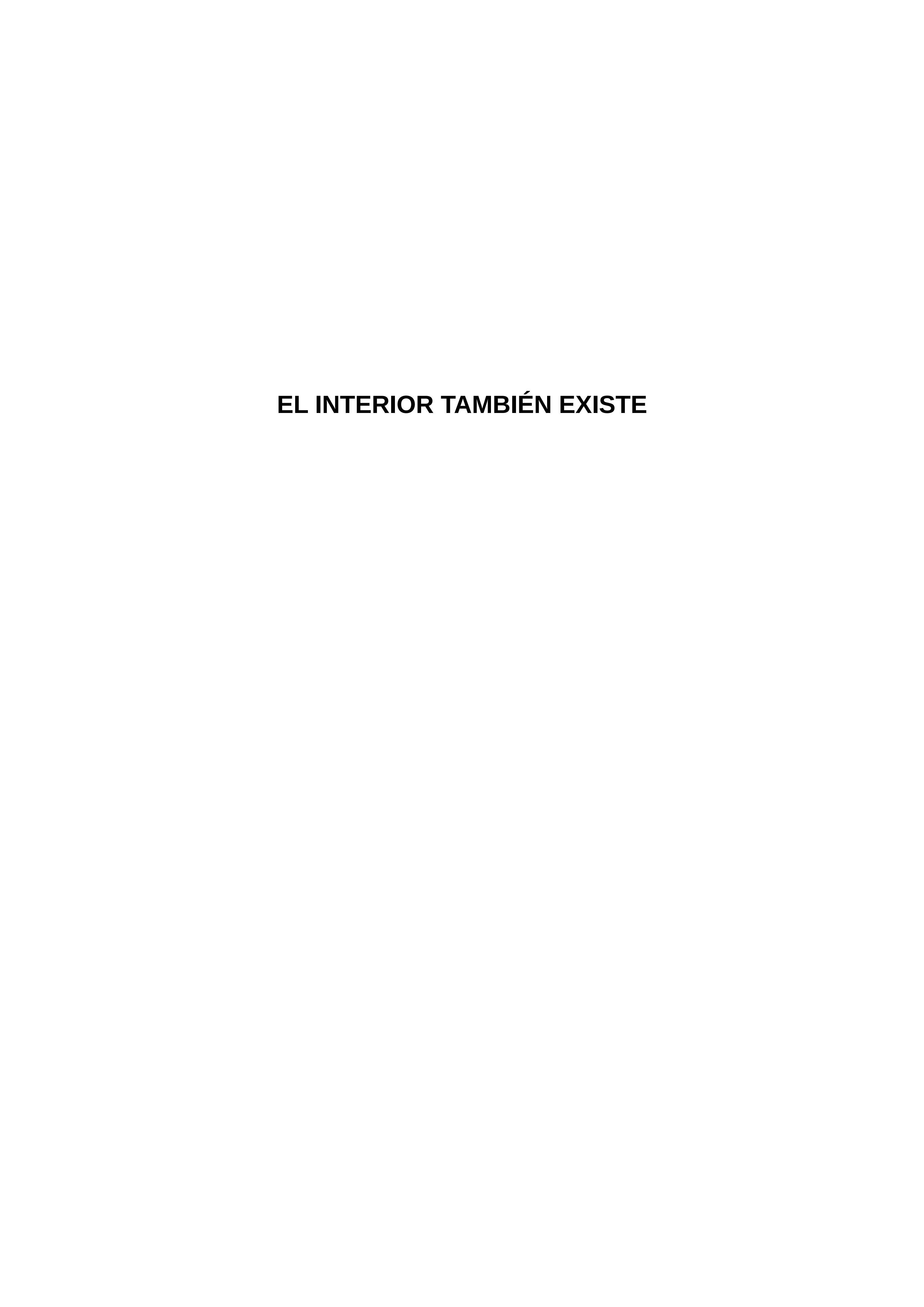
La historia continuó con la creación de COLORADO, quizás la marca emblemática de la empresa, convertida en 2014 a la marca BAISHA luego de un acuerdo comercial de Philip Morris con la tabacalera de origen chino. La mudanza al inmenso edificio de Donato Álvarez 1351 de 16.000 metros cuadrados se produjo a mediados de la década de 1960, casi simultáneamente con la venta de los activos a Philip Morris en 1966. Algunos años más tarde se produjo la fusión con las manufacturas Particulares e Imparciales (en 1980). Todo esto forma parte de la historia más reciente de Massalin y Celasco y quedará para ser desarrollado en otra ocasión.

La instalación de la actividad tabacalera en el valle de Lerma produjo un impacto importante en la vida social de la región. En efecto, a mediados de la década de 1950 un grupo de empleados de la tabacalera creó el Club Social y Deportivo Caravana (en alusión a la marca de cigarrillos), que más tarde sería renombrado como Club Social y Deportivo Massalin y Celasco.[669] Actualmente el club participa en la liga local de fútbol. Su estadio lleva el nombre de Alejandro Massalin, uno de los dueños de la empresa, quien donó el terreno para que se construyera la cancha. Pero el CSDM&C no es el único que lleva el nombre de una fábrica de cigarrillos en Salta. El 15 de febrero de 1964 se fundó, probablemente en circunstancias similares, el Club Atlético Nobleza, gracias al apoyo de la fábrica multinacional de capitales ingleses que para ese entonces ya tenía operaciones en el norte argentino.

Pasaron casi 120 años desde los humildes comienzos de una de las pocas tabacaleras que sobrevive desde la era dorada de la industria del cigarrillo. La multinacional Philip Morris ha mantenido el nombre de uno de sus creadores, pero lamentablemente no ha preservado ninguna de sus marcas más reconocidas, una actitud que se repite en todas las firmas globales, que se han empecinado en borrar los últimos vestigios de una vieja época que nunca más volverá.







EL INTERIOR TAMBIÉN EXISTE

Eugenio Castelli y otras fábricas salteñas



Don Eugenio Castelli, fundador de la Manufactura Tabacalera del Norte S. A. en la provincia de Salta.

Eugenio Castelli[670] fue un inmigrante de origen italiano, nacido en 1866 en Belluno, Venecia. Hijo de Agustín Ángel Castelli y María Gracia De Bon, se casó en Argentina con Aurelia Iñigo con quien tuvo trece hijos, tres de los cuales (Atilio, Eugenio y César) continuaron con el negocio familiar.
La familia Castelli empezó su emprendimiento tabacalero en el pueblo salteño de Chicoana, situado al suroeste del Valle de Lerma donde la familia se radicó. En esta localidad explotaban el Hotel Castelli, en una casa que luego perteneció a Emilio Viñuales, un productor tabaquero de la zona.

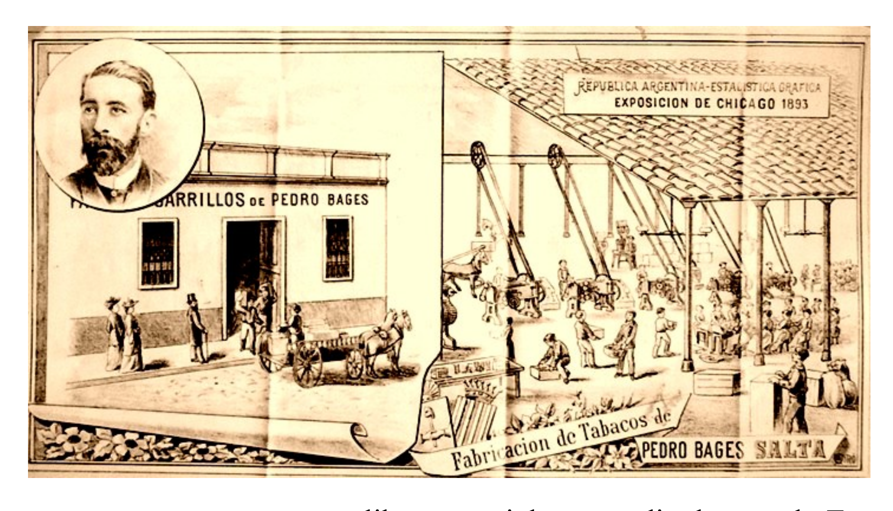


La familia se trasladó a la ciudad de Salta cuando sus hijos estaban en edad de estudiar, y allí tuvieron una zapatería propia en la calle Caseros al 700 y luego una fábrica de cigarrillos en su domicilio de la calle Caseros 76. Los Castelli producían su propio tabaco en los pueblos de Chicoana y Coronel Moldes, donde también cultivaban garbanzos y porotos.
El 30 de diciembre de 1925 Eugenio Castelli formó una sociedad accionaria con sus hijos Atilio, Eugenio y César, con la denominación Castelli Hermanos. Así sus hijos continuaron con el negocio familiar y conformaron la firma Manufactura Tabacalera del Norte S. A., que prosiguió comercializando la marca familiar CASTELLI e inscribió el 14 de abril de 1932 la marca comercial GÜEMES, de 12 cigarrillos salteños elaborados con fino tabaco rubio suave y aromático.
Estos cigarrillos recuerdan al general argentino Martín Miguel de Güemes (1785 - 1821), héroe absoluto de la provincia de Salta. Güemes, nacido en la capital de la provincia norteña, se crió en el seno de una familia de origen español con buen pasar económico. Fue educado por maestros particulares y se enroló en el ejército con solo 14 años de edad. Fue el primer gobernador de la provincia norteña desde 1815 y hasta su muerte por una herida de bala en 1821. Cumplió una destacadísima actuación en la guerra de la independencia y en las guerras civiles argentinas. Con muy escasos recursos Güemes libró una casi constante guerra defensiva, conocida como la Guerra Gaucha, que mantuvo al resto del territorio argentino libre de las invasiones del ejército realista.
Los cigarrillos GÜEMES se vendían en diferentes versiones para bolsillos más o menos pudientes. Los precios comenzaban en 15 centavos y continuaban con 20, 30 y hasta 45 centavos por paquete, según la calidad del tabaco. Las marquillas que mostramos son de comienzos/mediados de la década de 1930, cuando la mayoría de los cigarrillos ya se comercializaban en paquetes de 12 unidades.
Los productos de la fábrica de Castelli, se vendían en el comercio local y en provincias vecinas, pero nunca llegaron a tener la trascendencia y la amplitud de mercado de los tabacos de la empresa de la también salteña familia Villagrán.



Los cigarrillos de menor calidad, se fabricaban con tabaco Criollo de Chicoana y Coronel Moldes, mientras que los de mayor categoría, se elaboraban con tabaco tipo Virginia, que era importado desde California, Estados Unidos. A los tabacos, se le agregaban además, aromatizantes diversos, como la miel, la cual se producía artesanalmente en el fondo de la fábrica de Pellegrini 70.

La familia Castelli obtuvo diversos premios por su actividad empresarial por parte de la Sociedad Rural Salteña y otros a nivel nacional e internacional. Entre las distinciones obtenidas por su actividad agroindustrial podemos mencionar las siguientes: Gran Premio de Honor Centenario Argentino (en 1910), Gran Premio Exportador Internacional de Torino Italia (1911), Gran Premio Centenario de Salta (1913), Medalla de oro al Exportador San Francisco de California (1915), cuatro veces premiado por la Bolsa de Cereales de Buenos Aires (1916). Según comenta Silvia Castelli, una nieta de Don Eugenio, el negocio de los hermanos Castelli se vio fuertemente afectado por la crisis económica del año 1930. La manufactura, no obstante, continuó funcionando hasta la muerte de Eugenio, el 26 de agosto de 1944, cuando cerró definitivamente sus puertas.

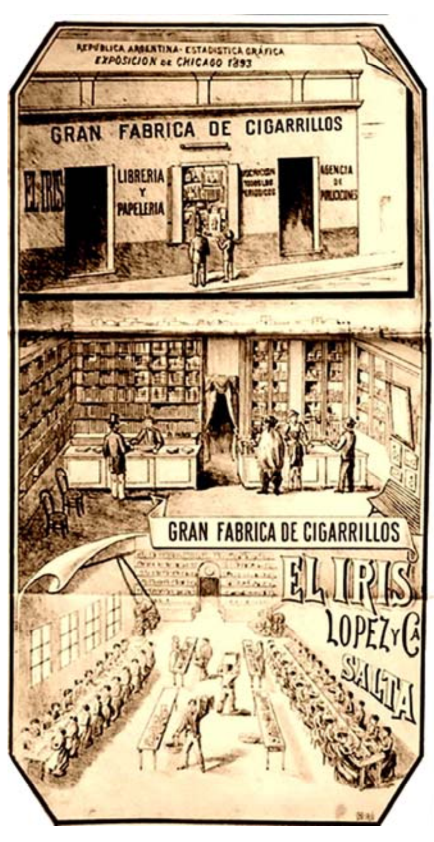


Además de las fábricas de Villagrán y Castelli existe bibliografía[671] con registros de varias fábricas de cigarrillos en la Salta de fines del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Una de ellas es la Fábrica y Casa Introductora de Cigarrillos Argentinos de Pedro Bages. Este establecimiento funcionó al menos desde el año 1893, tal cual se puede observar en las imágenes que aparecen en un libro especialmente editado para la Exposición Mundial de Chicago realizada ese mismo año. En el año 1898 la firma de Bages figura en la lista de cigarrerías del *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración.* Bages probablemente era de origen catalán ya que en la marquilla de sus cigarrillos se observa el escudo argentino junto al de la región de Cataluña.



También aparece la ilustración de una mujer rompiendo cadenas como símbolo de la libertad, y debajo de la leyenda "completo surtido en artículos de cigarrería" está el infaltable rostro femenino con adornos de flores.

La Gran Fábrica de Cigarrillos El Iris de López y Cía., también participó de la exposición de Chicago representando a Salta. En 1896 fue publicado un aviso[672] en el diario *La Razón* de Salta en donde se promociona a la Gran Fábrica de Cigarrillos El Iris, que elabora cigarrillos hebra y picadura con aromáticos tabacos cosechados en las renombradas vegas de Chicoana. Aparecen como sus nuevos propietarios Zeballos y Boneo, con domicilio en Caseros 150-152 de la capital salteña. Como se aprecia en la ilustración, la cigarrería funcionaba junto con una librería y papelería que, según sus propietarios, era la más antigua y acreditada de la provincia. Hacia fines del siglo XIX y en el mismo domicilio de Caseros 152 funcionó La Moderna, gran fábrica proveedora de cigarrillos, de Vicente García. Desconocemos si es previa o posterior a El Iris, pero las marquillas son anteriores a 1896 ya que no llevan el precio impreso.





También desde 1896 estuvo en el mercado del tabaco la cigarrería La Salteña de Luis Saredo, con domicilio en la Plaza 9 de Julio y avenida Buenos Aires, en pleno centro histórico de la ciudad de Salta. La casa elaboraba cigarros, cigarrillos, tabaco picado y hebra para cigarros y pipa. Entre sus marcas destacadas estaban la de cigarros LOS ANDES y cigarrillos ATORRANTES SALTEÑOS y LOS JAZMINES. La marquilla que mostramos es de alrededor del año 1900 con un precio impreso de 4 centavos. La etiqueta era impresa por la histórica litográfica de Juan Ferrazini que abrió sus puertas en la ciudad de Rosario en el año 1887.

Antonio Joy fue otro tabaquero salteño dueño de la Cigarrería La Provincial, ubicada en la calle Arenales (denominación antigua) entre Caseros y España. El 04 de febrero de 1902 registró su marca de cigarrillos PROVINCIALES a la que le fue asignada el acta Nº 10372. Sus productos estaban elaborados con tabaco fuerte de la zona de Chicoana.

Ya a comienzos de la década de 1910 funcionaba la Gran Fábrica de Cigarros y Cigarrillos Compañía Anónima La Alianza S.A. de Viñales, García y Capobianco. Hacia 1912 su oficina comercial estaba en la calle Urquiza 892, mudándose a General Alvarado 761-71 por 1914. Esta empresa registró las marcas DON PANCHO, LA MOROCHA y ESPECIALES, todas de 10 centavos. Al igual que las demás manufacturas salteñas utilizaba tabacos de la zona de Chicoana para elaborar sus productos.

Mencionamos por último a la Manufactura de Tabacos de Santiago Salinas ubicada en la ciudad de Cerrillos, localizada a unos 15 km al sur de la capital Salteña. Esta firma elaboraba los cigarrillos especiales BELGRANO de 10 centavos con tabaco de la zona del valle de Lerma.

La fábrica La Cubana de Emilio Pujal

Además de Rosario, de donde era oriunda la cigarrería de Testoni, Chiesa y Cía., y de la salteña Villagrán, Córdoba fue otra de las ciudades en las que funcionó una tabacalera de cierto suceso a nivel nacional. Se trató de la manufactura de tabacos y cigarrillos La Cubana (también denominada La Estrella) de Emilio Pujal. Este inmigrante, muy probablemente de origen catalán, había nacido en España en 1864 y llegó a la Argentina a fines del siglo XIX. En nuestro país se afincó en la ciudad de Córdoba en donde contrajo matrimonio con la porteña Adela Alou en 1894. La pareja tuvo al menos siete hijos, todos ellos bautizados en la iglesia Nuestra Señora del Pilar. Esta firma comenzó con sus actividades en el año 1890. El primer domicilio registrado probablemente haya sido el de la calle Rivadavia 19-25, en donde funcionaban los talleres "movidos a fuerza eléctrica". Es probable que este también haya sido el domicilio familiar ya que estaba ubicado a unas pocas cuadras de la iglesia del Pilar. La fábrica de Pujal comercializaba un surtido completo de artículos de cigarrería para la ciudad y la campaña, incluyendo tabacos picados y en rama, pitos, boquillas, papel de fumar, y la especialidad de la casa que eran los cigarros de hoja y los cigarrillos finos.



Hacia comienzos del siglo XX el establecimiento figura domiciliado en la calle Maipú 143 y poco después en Maipú 286 (ambas a metros de la iglesia del Pilar), en donde continuaría la producción luego de ser adquirido por el trust tabacalero inglés dueño de la Compañía Argentina de Tabacos en el año 1912. La Cubana contaba con una sucursal en la calle Lima 75 en la Ciudad de Buenos Aires.



Esta manufactura también utilizaba equipos a vapor para procesar los tabacos y armar los cigarrillos, y sus instalaciones habían sido montadas con modernas maquinarias que estaban a la altura de las utilizadas en las principales casas del ramo en la Capital Federal.

Las marquillas de La Cubana de esta época eran impresas en la litografía de Podestarelli y Bonfiglio en la Ciudad de Buenos Aires. En ellas también puede observarse la leyenda "certificado verde 430".

Entre las marcas de cigarrillos que producía La Cubana podemos mencionar LIGERO de 10 centavos, que según se lee en la propia etiqueta "*ninguna de las marcas que se venden a 10 centavos son elaboradas con mejor tabaco que el que se emplea en la confección de los cigarrillos LIGERO*". En la marquilla de estos cigarrillos aparece la imagen de un galgo que justamente se identi-

fica por ser un animal “ligero”. Al pasar a ser fabricados por la C. A. T. la etiqueta de los LIGERO sufrió un cambio de diseño y de color, pero conservó la ilustración del perro que la caracterizaba. Puede observarse también que desaparece el nombre de Pujal de las marquillas, aunque se conserva la dirección de la calle Maipú 286. Los cigarrillos venían en variedades fuertes y suaves y traían 20 unidades en cada paquete.



En 1903 Pujal registró la marca ATHENAS para cigarrillos habanos de 20 centavos. Confiando en la calidad del producto que ofrecía, la firma prometía entregar $1000 a la persona que pudiera probar que los cigarrillos no estaban hechos con tabaco puro de Vuelta Abajo. En la misma época y en el mismo segmento de precios se producían los cigarrillos AMBROSÍA. Tal cual se explica en la marquilla, el nombre proviene del manjar predilecto de los dioses de la mitología griega y se lo asocia a un producto elaborado con tabaco de la mejor calidad.



Por 1907, ya en el domicilio de la calle Maipú, La Cubana anota la marca ALARMA que se vendían en carteritas de 14 cigarrillos a 10 centavos. Le siguen luego los GENERAL PAZ (1909), comercializados en paquetes de 28 cigarrillos por 10 centavos, y también en el segmento económico de 10 centavos el atado estaban los cigarrillos EL TORO.

Estando en manos de la Compañía Argentina de Tabacos desde 1912, la firma cordobesa siguió produciendo una enorme variedad de cigarrillos armados y para armar y de tabaco empaquetado. Los cigarrillos para armar costaban 10 centavos el paquete y se vendían al por mayor entre $7.50 y $8 los 100 atados. Entre ellos estaban los ESTRELLA especiales, hechos con tabaco fuerte, suave o despalillado, de 18 cigarrillos el atado y “elaborados a máquina en los talleres de esta manufactura con la más perfecta higiene”. Existían además los ESTRELLA tipo habanillo de 14 cigarrillos. EL TORO se vendía en paquetes de 18 unidades con tabaco fuerte, suave o despalillado. EL TORERO de 18 cigarrillos estaba fabricado con tabaco paraguayo extra suave o fuerte, y también en paquetes de 15 cigarrillos con tabaco colorado despalillado extra. Por último la marca MATREROS en sus variedades especiales, suave y fuerte se comercializaba en atados de 20 unidades.



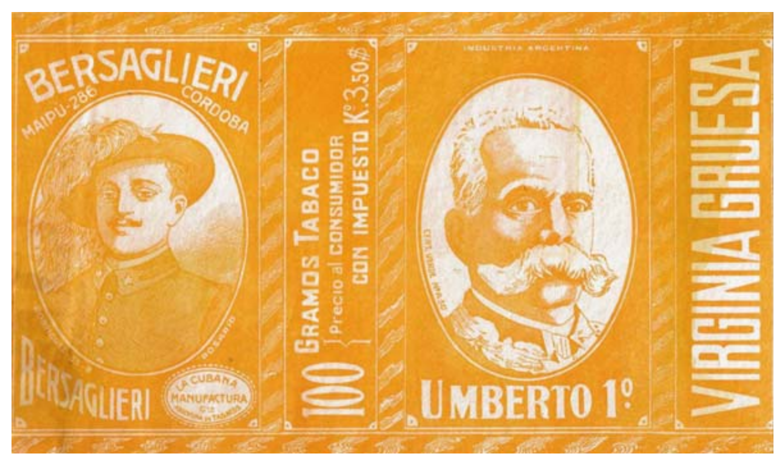
Entre los cigarrillos armados que se vendían a 10 centavos el paquete, o a un precio mayorista por 100 atados por valores que variaban entre $7.30 y $8, podemos mencionar: AMBROSÍA suaves de 21 cigarrillos (que evidentemente había bajado su calidad); POLÍTICOS extra, suave y fuerte de 20 cigarrillos; MATRERO especiales, suave y fuerte de 20 cigarrillos; LIEBRE especiales, suave y fuerte de 20 cigarrillos; CONSCRIPTOS bahía puro de 18 cigarrillos; y las carteritas de 14 cigarrillos de EL SERRANO suaves, ATHENAS suaves, TRAMPOSO suaves (con sorpresa en todos los atados), CHICHES suaves (con papel pectoral), GIGANTES suaves (doble largo), ALARMA suaves y GENTLEMEN suave especial (en paquetes de etiqueta redonda).

La fábrica de Emilio Pujal también producía los cigarrillos LA PARAGUAYA que, según puede observarse en la etiqueta, contenían 10 cigarrillos adicionales y se vendían en carteritas de 10 centavos. El diseño de la marquilla fue uno de los primeros registrados por la firma. La solicitud fue realizada el 06 de diciembre de 1902 y le correspondió el acta Nº 11249. Sin embargo, el nombre LA PARAGUAYA recién aparece inscripto en enero de 1906 y la solicitud acompañada por una etiqueta fue presentada al año siguiente. Estos cigarrillos se armaban a máquina, utilizando tabaco paraguayo suave y papel Job. En la etiqueta puede leerse un texto similar al que aparecía en la marquilla de los LIGERO en cuanto a la calidad del producto. En 1918 la marca LA PARAGUAYA se vendía[673] en las presentaciones fuertes y suaves de 20 unidades. También se comercializaba como tabaco de tipo Alemán hebra rubia suave, Virginia, hebra fina fuerte y picadura fuerte y suave despalillada, en paquetes de 100 gramos.



La compañía de Pujal vendía varias de sus marcas de cigarrillos en paquetes de tabaco de 100 gramos. Según el listado aparecido en *El Tabaco*, en 1918 estaban disponibles las marcas SERRANO, LIGERO, GENERAL PAZ, HUMBERTO 1º, LA PARAGUAYA, ESTRELLA, EL TORO, LIEBRE, CONSCRIPTO, COLONO, DESPALILLADO, BANDERA ESPAÑOLA, TIPO ALEMÁN, VIRGINIA, TORERO y MATRERO, varias de ellas se presentaban en forma de tabaco picado, en hebra fina, gruesa o para pito, en





las variedades francés, alemán o Virginia y de sabor suave, fuerte o extra fuerte.

La imagen del rey italiano Umberto I fue aprovechada por manufacturas de origen español como la de Fermín Subízar, con su etiqueta RE D´ITALIA totalmente escrita en italiano y con los colores característicos de la bandera, y también por la del catalán Emilio Pujal, que en su tabaco BERSAGLIERI recuerda a los Bersaglieri, un antiguo cuerpo de infantería del ejército piamontés, que posteriormente se convirtió en el Ejército Real Italiano. El nombre Bersagliere puede traducirse como "tirador certero". Se caracterizó por ser una unidad de infantería de alta movilidad (inicialmente se desplazaban en bicicleta) y eran reconocidos por el sombrero de ala ancha decorado con plumas de urogallo.

Mostramos también otras etiquetas de tabaco como EL SERRANO picadura fuerte, que se vendía a 35 centavos los 100 gramos y EL TORO tabaco Virginia fuerte en hebras finas, que se vendía al mismo precio.

La firma de Pujal también comercializaba el papel de fumar NIEVE en cajas de 50 libritos a $1.80 y en resmas de 20 paquetes a $4.25.

Emilio Pujal estuvo involucrado en la defensa de los intereses de los comerciantes de Córdoba. En 1908 formó parte de la comisión directiva del Comité del Comercio, una alianza que se constituyó para enfrentar al gobernante Partido Autonomista Nacional que había decidido subir los impuestos municipales generando el descontento de los comerciantes. Debido a una denuncia de fraude electoral se formó una comisión administradora presidida por el también tabaquero y miembro del Comité del Comercio, Rogelio Martínez. En contra de todos los pronósticos la alianza de comerciantes terminó derrotando al PAN y asumió la intendencia de la ciudad de Córdoba desde comienzos de 1909.[674]



Luego de 1912, cuando ya había vendido su fábrica La Cubana a la C. A. T., existen registros de algunas marcas a nombre de Emilio Pujal, lo que sugiere que siguió ligado al rubro del tabaco. En 1913 aparece con domicilio en la calle 25 de Mayo 12 y solicita los derechos comerciales sobre la marca de tabaco EMILIO PUJAL, con el mismo diseño que la etiqueta de EL TORO. En 1915 (con renovación en 1925) anota LIRIO, en 1925 COLONIALES y en 1926 EL TROVADOR. En 1931 Rafael Pujal (uno de los hijos de Emilio) registra la marca CUMBRE y en 1934 LA MORENITA. Todo esto sugiere que la familia Pujal continuó con la actividad tabaquera al menos hasta mediados de la década de 1930.

Otras fábricas de cigarrillos de Córdoba



Rogelio Martínez fue otro más de los tantos inmigrantes gallegos que se dedicó a la manufactura y venta de tabaco elaborado.[675] Nació en el pueblo de Marín en el año 1857 como hijo de José Martínez Touza y Rosa Garzón. Llegó a la Argentina junto con su hermano Heriberto en 1876 a la edad de 21 años. En 1881 se casó con Isabel Berrotarán, natural del país, con quien tuvo al menos ocho hijos.

A su arribo a la ciudad de Córdoba se dedicó a la actividad comercial en la tienda de su tío Juan Antonio Garzón, de la cual se transformó en propietario, junto con su hermano Heriberto, en 1889. Desde 1897 la firma se convirtió en Rogelio Martínez y Cía. por el retiro de su hermano. Alrededor de 1906 la razón social cambió a Martínez, Rey y Cía. por la incorporación de Manuel Rey a la empresa. La denominación se siguió utilizando aún luego de la muerte de Rogelio en 1912. La compañía fue liquidada en 1920 junto con la sucursal de la ciudad de Rosario. En su período de auge, entre 1885 y 1907, la empresa de Martínez se dedicó a múltiples actividades: introductora de artículos importados de Europa y Estados Unidos, representante de compañías de vapores, compraventa de inmuebles urbanos, inversiones en compañías industriales, etc. Desde 1893 Martínez incursionó en el rubro del tabaco, incorporando maquinaria automatizada y produciendo cigarrillos, picadura de tabaco y cigarros. Su local comercial estaba ubicado en la calle Independencia 122-124, y desde 1916 en Independencia 301. También tenía un depósito general en la calle Europa 4101 de la Ciudad de Buenos Aires.



En 1898 registra la marca LA LIEBRE (luego simplemente LIEBRE), en 1902 LOS VALIENTES y ANTORCHA (de 16 cigarrillos por 10 centavos) en 1903. A partir de 1906 comienzan a aparecer las etiquetas con el nombre de Manuel Rey (o Martínez y Rey) aunque Rogelio Martínez se ocupaba de presentar las solicitudes en el Registro de Marcas. Ese año se anotan LOS BARATOS de 26 cigarrillos, EL TORERO, GENERALES ARGENTINOS de 10 centavos y GENTLEMEN de 20 centavos. En 1907 se inscribe LOS POLÍTICOS, luego MATREROS (1910) y CONSCRIPTOS en 1916. Varias de estas marcas figuran en la lista de precios corrientes de la C. A. T. de 1918 asociadas a Emilio Pujal. No hemos podido comprobar si Pujal adquirió a la empresa de Martínez y Rey, o si esta fue directamente absorbida por el trust inglés. Piccardo y Cía. continuó renovando los derechos sobre las marcas EL TORERO, LA LIEBRE, MATREROS, CONSCRIPTOS Y POLÍTICOS luego de 1919.

En 1900 Martínez encabezó al grupo de comerciantes que fundó la Bolsa de Comercio de Córdoba. Inició su actividad política en representación del Partido Autonomista Nacional siendo concejal de la ciudad de Córdoba durante varios períodos. En 1908 integró el partido del Comité del Comercio (del que también fueron miembros Emilio Pujal y Marcelino Berrotarán, probablemente hermano de su esposa Isabel) y resultó electo concejal. Presidió el Concejo Deliberante en 1911 en representación de la Unión Autonómica Cívica Radical. Rogelio Martínez falleció el 20 de abril de 1912 en la localidad de Tanti, Córdoba. Su familia tuvo una larga tradición política dentro de la UCR cordobesa. Uno de sus hijos, Enrique Martínez, fue electo gobernador de la provincia y vicepresidente de la nación en la presidencia de Hipólito Yrigoyen entre 1928 y 1930. Un barrio en el sur de la ciudad, cercano a la Universidad Nacional de Córdoba, lleva su nombre, convirtiéndolo en uno de los pocos personajes ligados a la industria del tabaco que ha sido reconocido de esta forma.



Manuel Rey fue quien se hizo cargo del negocio del tabaco de Rogelio Martinez cuando este probablemente no podía dedicarse a tiempo completo a esta actividad. Rey nació en 1874 en España y era de profesión contador (según el censo 1895). Se casó en 1898 con Luisa Minuzzi, italiana de 20 años. Rogelio Martínez fue testigo de su casamiento y también apadrinó, junto con su esposa Isabel, el bautismo de su primera hija (llamada Elena Isabel) en 1899. Todos estos datos indican una gran cercanía afectiva entre ambas familias, además de la relación comercial. Como puede verse en la etiqueta de los tabacos LIEBRE, la C. A. T. se ocupó de comercializar las marcas más importantes de la fábrica de Martínez y Rey utilizando el establecimiento de la calle Maipú 286, en donde también producía las marcas de La Cubana.

Otra fábrica de cigarrillos que tuvo un volumen de ventas relativamente importante dentro de la provincia de Córdoba fue la manufactura a fuerza eléctrica de tabacos, cigarros y cigarrillos de Manuel Posada. Esta firma estaba situada en la calle 25 de Mayo 25-27 de la capital cordobesa. El 29 de agosto del año 1912 registró su primera marca, EL GUERRERO de 10 centavos. Luego inscribió una decena de marcas (entre ellas POSADA, El COSECHERO, CÓRDOBA, EL VETERANO) que fueron renovadas sucesivamente al menos hasta 1946. A comienzos de la década de 1940 la razón social de la firma cambió a Responsabilidad Limitada M. Posada y Cía., Manufactura de Tabacos y Fábrica de Cigarrillos con domicilio en Rioja 648-660.



Don Manuel Posada





Dentro de la provincia de Córdoba existieron otras tabaqueras de menor magnitud. En el *Directorio Comercial de las Repúblicas Americanas*[6] de 1897 figuran las siguientes fábricas radicadas en distintas ciudades cordobesas: Arsenio Leyva, Pujol y Roca, Manuel T. Ramallo – Cigarrería El Comercio (Córdoba); Alzola Hnos., Luis Miebell (Belle Ville); Domingo Melchionna (ARADOR, LABRADOR, PANDERETA), Pedro Tossello (General Paz); José Achotegui, Manuel Cierra, Pelallo y Llamosas, Achával González (Río Cuarto); Aburra y Mattio – Cigarrería del Progreso (San Francisco); J. Darraw, Cirilo Pérez (Villa María); Modesto Pérez (Villa Nueva). Destacamos entre ellas a la Cigarrería Provincial de Llamosas y Montes, en la ciudad de Río Cuarto, que elaboraba los cigarrillos DON QUIJOTE y SANCHO PANZA; y a la Cigarrería del Progreso de Aburra y Mattio. Ambas marquillas son previas a 1896 como se deduce por la ausencia de precio impreso en la etiqueta.

La mayor parte de estas cigarrerías probablemente hayan sido pequeños emprendimientos familiares que no llegaron a trascender más allá del ámbito de su ciudad y lamentablemente han quedado muy pocos registros de sus marcas y menos aún de la historia que las acompañó.

Las cigarrerías de la provincia de Buenos Aires

Fuera de la Capital Federal, la provincia de Buenos Aires era la que tenía un mayor número de pequeñas industrias tabacaleras. De los más de cien establecimientos[6] del interior de la Argentina relevados en 1897, casi la mitad estaban radicados en pueblos del mayor distrito del país. Las ciudades y localidades que aparecen mencionadas son: Chacabuco, Chivilcoy, Colón, Dolores, Ensenada, Escobar, Exaltación de la Cruz, Benito Juárez, Junín, General Lamadrid, Las Flores, Lobos, Luján, Mar del Plata, Mercedes, Morón, Nueve de Julio, Olavarría, Pergamino, Rojas, Rojo, San Fernando, San Isidro, San Martín, San Nicolás, San Pedro, Tandil, Tigre, Tolosa y Zárate. A estas podemos sumar Bahía Blanca, Campana y Tres Arroyos en las cuales tenemos identificadas algunas marcas. Aunque las fábricas más avanzadas y de mayor producción estaban radicadas en la Capital, puede observarse que en muchas ciudades y pueblos de Buenos Aires el negocio del tabaco era llevado adelante por comerciantes locales, que en algunos casos elaboraban sus propios cigarrillos y en otros encargaban a las fábricas más grandes la producción de su marcas.

A modo de ejemplo, en la ciudad de San Nicolás de los Arroyos encontrábamos en el año 1897 a las firmas Ylla Hermanos, Juan A. Peirano, Pedro Calaggio (situada en Libertad 260, actual Pellegrini), Flora López, Rega y Fauque, y Nicolás Reimundo.



La fábrica de Ylla hermanos se denominaba La Preferida y se autoproclamaba como "*la única fábrica de San Nicolás premiada en varias exposiciones por su exquisita y esmerada elaboración en tabacos, cigarros y cigarrillos de todas clases*".

Fue fundada por Emilio G. Ylla (o Illa) en 1892 y subsistió hasta aproximadamente 1915, dedicándose a la venta por mayor y menor de tabacos, cigarros, cigarrillos, boquillas, cigarreras, fósforos, pitos, tabaqueras y demás artículos del ramo. Una de sus marcas era justamente LA PREFERIDA, que existió al menos desde 1896 ya que es previa a la implementación de la ley de impuestos internos. Era fabricada en la calle Nación esquina Lincoln, que luego se transformó en Nación y 25 de Mayo cuando la calle Lincoln cambió de nombre.

La Preferida también producía la marca 1º DE MAYO Nº 4 en paquete cuadrado y Nº 5 en formato de carterita, ambas costaban 10 centavos y estaban elaboradas con tabaco paraguayo. La marquilla, de una riquísima gama cromática, era impresa en la litográfica La Nueva Artística de A. Bianchi, en la esquina de Piedad y Paso en la ciudad de Buenos Aires, de donde se deduce que es previa a 1901.

Las marcas LA PREFERIDA y 1º DE MAYO fueron inscriptas en el registro de marcas en febrero de 1902.



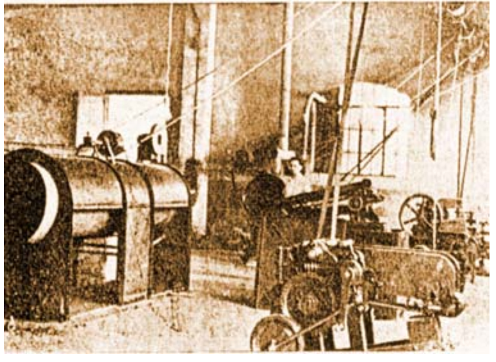
La firma nicoleña denominada La República fue creada por Juan A. Peirano[676] alrededor de 1893. Juan fue hijo de los inmigrantes italianos José Peirano y Nicolasa Ventre (o Batre). Nació en San Nicolás de los Arroyos en 1873/74 y se casó[677] con María Luisa Pagani en 1896. Juan tuvo un hermano menor llamado Ernesto Vicente, nacido en 1879, y al menos tres hermanas mujeres. La cigarrería inicialmente estuvo ubicada en la calle Rivadavia esquina del Progreso (actual Garibaldi), elaborando las marcas TOME Y TRAIGA, SIEMPRE RADICALES, REALES Nº 4 (sin armar), REALES Nº 5 (armados), y CAPRICHOS. Hallamos registros de las marcas REALES (1900), LA REPÚBLICA (1905) y REALES Nº4 (1913) a nombre de Juan Peirano. Como se observa en los REALES Nº 4, las marquillas se caracterizaban por la presencia del retrato de Leandro N. Alem (creador de la UCR, líder de la Revolución del Parque y suicidado en el año 1896), por lo que Peirano se valió de la estrategia ya utilizada por otras compañías de incluir imágenes de personajes políticos contemporáneos para potenciar sus ventas.





Hacia 1913 existen registros de que Ernesto V. Peirano y Santos Peirano estaban al frente del negocio tabacalero que funcionaba ahora bajo la denominación Casa Peirano y Cía. en la calle Pellegrini 224-226 y luego en Mitre 188 al 196. Los lazos familiares sugieren que la Casa Peirano fue la continuación de la fábrica fundada por Juan Peirano. Esta casa registró las marcas MONFALCONE, SEÑOR y COPETÍN entre 1913 y 1925. También elaboraba los cigarrillos PEIRANO de 10 centavos el atado, con tabaco paraguayo. La marquilla, finamente decorada con flores y hojas de tabaco, era impresa en la Litografía General de Artes Gráficas en la cercana ciudad de Rosario.





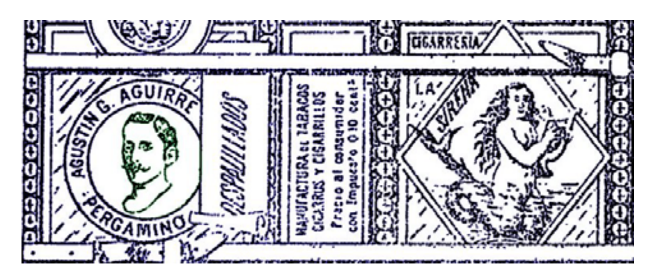
Sección de empaquetado manual de cigarrillos y sala de máquinas para la manufactura de tabaco de la Casa Peirano y Cía.

En 1927 la firma cambió su razón social a Pedrazzini, Peirano y Cía., instalándose en la calle de la Nación N° 729, muy cerca de la estación del ferrocarril. Empleaba entonces un personal de 70 obreros repartido en 14 varones, que se ocupaban del manejo de las maquinarias y el procesamiento del tabaco, y 56 mujeres que se dedicaban mayormente al empaquetado manual de cigarrillos y la fabricación de cigarros del tipo toscano. La casa se destacaba por su excelente organización y sus métodos modernos para la elaboración de tabacos, así como por su gran actividad, originada en la creciente demanda de sus productos.

Sus ventas se realizaban especialmente en el norte de la provincia de Buenos Aires y en el sur de la provincia de Santa Fe. Las marcas registradas que alcanzaron mayor renombre fueron las de cigarrillos PEIRANO armados y para armar, COPETÍN y PUEBLO; los toscanos MONFALCONE y los toscanitos SEÑOR.

La firma Pedrazzini, Peirano y Cía. se destacó por la variedad de los ramos que comprendía, ya que se dedicó también a la venta de automóviles Ford, la fabricación de acoplados, elevadores, etc. La tradición y la importancia de sus operaciones, hicieron que fuera señalada como un exponente del progreso como fruto de un esfuerzo ponderable y perseverante.

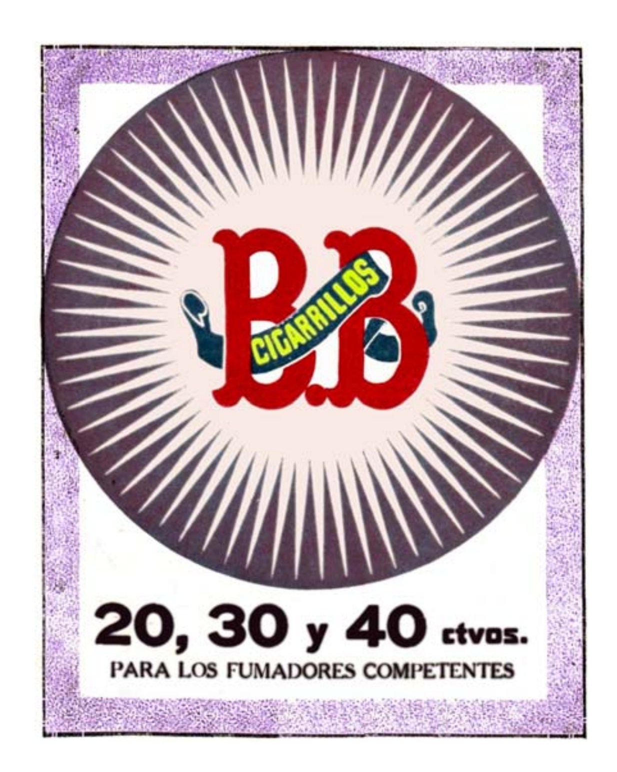
En la cercana ciudad de Pergamino, también ubicada en el norte de la provincia de Buenos Aires, encontramos a la manufactura de tabacos, cigarros y cigarrillos La Sirena de Agustín G. Aguirre. En la ficha censal del año 1895 Aguirre figura como argentino, dedicado al comercio, de 22 años de edad y casado. En la misma página del registro aparecen algunas personas que declaran como oficio cigarrero, lo que sugiere que esta cigarrería elaboraba al menos una parte de los productos que vendía. La imagen que mostramos corresponde a la solicitud presentada ante la Oficina de Patentes y Marcas en junio de 1904 por los cigarrillos LA SIRENA Nº 1 de 10 centavos.



AURORA fue una marca de cigarrillos elaborada a principios del siglo XX por la Manufactura de Tabacos a Vapor de Miguel Barros, situada en Av. Rivadavia 73-83 de la ciudad bonaerense de Campana, cerca del actual edificio municipal. Según el censo de 1895 Barros ya vivía en Campana, era soltero, contaba con 28 años de edad y se dedicaba al comercio. En la misma ficha aparece Amador Barros, probablemente su hermano, 6 años menor que Miguel y también comerciante. El pueblo de Campana se fundó en 1875 por lo que este probablemente fue uno de sus comercios pioneros. Los cigarrillos venían en carteritas de 20 centavos y según puede apreciarse en la marquilla estaban elaborados con un pegamento sin goma para no dañar la salud.

La Sociedad Tabacalera del Sud Ltda. fue, según su propia publicidad, la primera fábrica de cigarrillos del sur del país. Estaba localizada en la calle Independencia 671-675 de la ciudad de Tres Arroyos. Surgió por iniciativa de varios vecinos interesados en fomentar la actividad industrial en la zona. A comienzos de 1911 se reunieron en el local de la firma Hurtado, Costa y Cía. para concretar la formación de una sociedad anónima[678] que se dedicaría a la producción y comercialización de productos de tabaco. El 18 de febrero de 1911 se aprobaron los estatutos de la entidad que quedo presidida por Luis Ernesto Tatarletti (de origen suizo) y se colocaron 500 acciones. Los primeros cigarrillos que salieron a la venta fueron los PEKÍN, elaborados con tabaco negro y que se vendían a 30 centavos el paquete. Luego fueron introducidos los VOTO LIBRE que se vendían en versiones de 10, 20 y 30 centavos el paquete. Las marquillas eran impresas en los talleres gráficos de la Compañía General de Fósforos. También produjeron cigarros de hoja de muy buena calidad y de gran aceptación entre los fumadores. Los comienzos fueron muy alentadores, pero prontamente las grandes empresas porteñas pusieron en juego su poder comercial y económico para acabar con la incipiente competencia. La firma dejó de operar en el año 1914. Además de las marcas ya mencionadas, la firma registró ARRIBEÑO y TANGO de 10 centavos y PROTOCOLO de 30 centavos el atado.





Los cigarrillos BB eran fabricados por la Tabacalera Costa Sud a principios de la década de 1910, en los talleres propios situados en Chiclana 263-67 de la ciudad de Bahía Blanca. La firma tenía una sucursal y depósito en Lima 339, de Buenos Aires. El nombre BB surge a partir de la ciudad de origen de la fábrica. Estos cigarrillos se vendían en presentaciones de 20, 30 y 40 centavos, tal cual se aprecia en la publicidad.[679] Las carteritas de 20 centavos traían 14 cigarrillos y bellos rostros femeninos decoraban sus caras internas, al igual que muchas marcas elaboradas por las cigarrerías más importantes.

La Tabacalera Costa Sud se formó en la ciudad bonaerense de Bahía Blanca[680] en el año 1912 por iniciativa de don Oreste Colombo. La sociedad anónima se inició con un capital de 100.000 pesos, aportados por propietarios, comerciantes y ahorristas de la ciudad. El directorio estaba compuesto por los señores Luis Salvadori (presidente), Guillermo González (vicepresidente), Juan A. Canessa (tesorero), José V. González (secretario); José Coelho, Le Sens de Folleville, Rogelio Chombost y Pablo Oyarzún (vocales).

Para montar la fábrica se importaron las máquinas y demás elementos desde Europa, mientras que el tabaco para elaborar los cigarrillos se traía desde las provincias del norte del país. Los productos de la Tabacalera Costa Sud se distribuían en Bahía Blanca, donde la venta alcanzaba de 4000 a 5000 paquetes diarios, aunque también se los publicitaba en los principales medios de la Ciudad de Buenos Aires. Entre 1912 y 1913 la Tabacalera Costa Sud registra la marca BB de 20 y 30 centavos y solicita la inscripción de LIMAY y PANAMÁ. Se desconoce hasta cuando se mantuvo esta firma en funcionamiento, pero en 1923 le fue retirada[681] la personería jurídica por el gobierno de la provincia de Buenos Aires.





La Casa Muñiz fue fundada por Antonio Muñiz en el año 1896 como tienda de papelería, librería, perfumería y cigarrería en la céntrica esquina de O´Higgins y Chiclana de la ciudad del sur argentino. En 1898 se asoció Adelino Gutiérrez quien desde 1907 dirigió el negocio y continuó al frente del mismo por varias décadas. La firma aún existe dedicándose a la venta de golosinas, perfumería, limpieza, cigarrillos y tabaco. Tuvo una marca propia de cigarrillos llamada CAPORAL MUÑIZ que era fabricada por Piccardo y Cía.

La firma se dedicaba además a la fabricación de fósforos.

De un libro conmemorativo del centenario de la ciudad[682] hemos tomado la siguiente descripción de la cigarrería:

Pocos establecimientos cuentan con un depósito e instalaciones tan completas y perfectas para tabacos como la Casa Muñiz. No se ha perdonado medio para asegurar la permanencia, en buen estado, de los tabacos de excelente calidad que constituyen el stock permanente de la casa. Esta importa tabacos extranjeros de las mejores marcas y de toda procedencia acreditada. Asimismo toda clase de productos nacionales de los que hay siempre una existencia considerable, surtiendo a toda la región en forma permanente. Como marcas propias tiene la Casa Muñiz el tabaco CAPORAL MUÑIZ, cigarros MONT-BLANC y papel de fumar CERVANTES, JARAMAGO B. B.

Otras manufacturas de Rosario y Santa Fe



Testoni, Chiesa y Cía. no fue la única empresa exitosa en Rosario. La Americana, de Fló Hermanos y Cía., fundada en 1873 como Manufactura Claramont y Fló, es una de las más antiguas de la región. Fue iniciada probablemente por el español José Fló y luego continuada por sus hijos Arturo y Diego, quienes desde 1895 aparecen en las fichas censales como dedicados al comercio. Para el año 1898 la firma ya estaba establecida en la calle Córdoba 963-967 y tenía una sucursal en Rivadavia 909 de Buenos Aires. Hacia el año 1901 se había mudado a Artes 689 y a Av. de Mayo 791, y en 1903 figuraba como dirección porteña la calle Alsina 773. Entre las muchas marcas producidas por La Americana podemos mencionar CHINITO, ENVIDO, FULANITOS y MURCIÉLAGO de 10 centavos; AMERICANA, LIBERTAD ARGENTINA, BLANCOS, AZULES, ROJOS y ROTHSCHILDS de 20 centavos y SNOBS, elaborados con tabaco habano, de 30 centavos el paquete.



De todas las marcas producidas por Fló Hermanos y Cía. la que tuvo mejor aceptación fue TURISTAS[683] que se vendía en carteritas de 20 centavos. Como premio a sus consumidores la empresa otorgaba colecciones de vistas fotográficas estereoscópicas de todo el mundo y cuentos gráficos solo para hombres. Vendía además distintas variantes de aparatos especiales para observar estas fotografías. Dentro de la gama de tabaco picado comercializaba las marcas TIRO FEDERAL, EL LABRADOR y TORINO, que se vendían a $3 el kilo.

En 1911 las marcas más reconocidas de la fábrica (entre ellas AMERICANA, EL LABRADOR, TIRO FEDERAL) fueron transferidas a la también rosarina Grassi y Francioli. Fló Hermanos continúa hasta 1914 con la venta de artículos de librería, imprenta, papelería, litografía y cartonería, incluyendo la importación de naipes. Reaparece en 1918 en el rubro de importación y fabricación de papel para armar cigarrillos como Fló, Ries y Cía., radicada en la Capital Federal y hacia 1923 cambia a Arturo Fló y Cía. quien sigue dedicándose al rubro de papel para cigarrillos al menos hasta mediados de la década de 1940.



Los activos de Grassi y Francioli, al igual que los de sus subsidiarias controladas, fueron adquiridos en 1912 por la Compañía Argentina de Tabacos, tal cual puede verse en el sello de la C. A. T. sobre la etiqueta de TIRO FEDERAL.

La "Gran Manufactura Italiana de Tabacos" fue establecida en el año 1886 por el inmigrante italiano Luis Grassi, quien se especializaba en rapé (tabaco en polvo para aspirar) obteniendo varios premios por la calidad de sus productos. Luego se asoció con su compatriota milanés José Francioli para formar La Paz, ubicada en la calle San Martín 1125 de la ciudad santafesina de Rosario. Esta fábrica perduró hasta 1912, cuando fue adquirida por la C. A. T. Como ya mencionamos, varias de las marcas de la también rosarina La Americana de Fló





Hermanos pasaron a manos de Grassi y Francioli poco antes de la transferencia a la C. A. T. Con posterioridad a esta venta encontramos en un número del *Boletín Oficial*[684] del año 1913 que la empresa figuraba como dedicada al rubro de artículos y material de imprenta, librería, papelería, litografía, encuadernación, cartonería, etc.

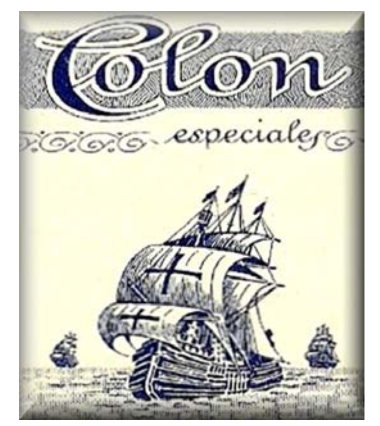
La fábrica La Paz produjo una gran variedad de marcas de cigarrillos y de tabaco. Entre los cigarrillos más económicos de 10 centavos estaban BANDERA RUSA, DORADOS, PRINCESA DE ROMA y NIÑAS BONITAS. De 20 centavos se destacaron LA PAZ y LA AMERICANA. Otras marcas, de las que desconocemos el precio de venta, fueron CHANCHO, EL CONGRESO, FIRENZE, GORRITOS, LAS CARRERAS y MIS SIMPATÍA. Por el lado de los tabacos elaborados podemos mencionar marcas como LA PAZ, EL AUSTRÍACO, NIÑAS BONITAS, RE SANSONE, EL LABRADOR, LOS OBREROS, LA PRIMERA y TIRO FEDERAL.



En la etiqueta del tabaco aromático elaborado en hebras extra finas NIÑAS BONITAS se pueden ver a dos niñas que mientras juegan fuman un cigarrillo. Al igual que en las publicidades de cigarrillos, y que en la inmensa mayoría de los productos comerciales, la presencia de niños era muy utilizada a principios del siglo XX para potenciar la venta del tabaco.

En la marquilla de los tabacos LA PAZ se observa el cambio de la dirección de la calle San Martín 1125 a Urquiza 1052 (en donde estaba la fábrica de Testoni y Chiesa) luego de que la C. A. T. adquiriera esta manufactura.

Por último mostramos una copia de los "legítimos" cigarrillos DORADOS de La Paz, con precio de 10 centavos destinados al segmento de consumo popular. Se registraron el 12 de septiembre de 1901 (acta Nº 10080) y fueron renovados por Piccardo, al menos hasta el año 1932.



En abril de 1892 se inauguró en Rosario la cigarrería y taller de elaboración de tabacos de Isidro García llamada Cigarrería Colón.[685] El establecimiento estaba en la calle Córdoba 420 y vendía cigarros importados de los tipos habano, Bremen, mejicano, bahía, italiano, suizo, etc. además de un variado surtido de artículos del ramo del tabaco. Hacia 1902 la fábrica ya se había mudado a Maipú 720. Las marcas más reconocidas que elaboraba la Cigarrería Colón eran CHIC de 10 centavos, MIGNON de 15 centavos, NUEVO PUERTO DEL ROSARIO de 20 centavos y COLÓN y FIN DE SIGLO de 20 y 30 centavos, elaborados con tabaco habano extra y papel especial.





A partir de 1915 figuran en los registros de la Oficina de Patentes y Marcas varias marcas inscriptas por Fernández, Sust y Cía., Manufactura de Tabacos, Cigarros y Cigarrillos La República, entre ellas la de los cigarrillos COLÓN, seguramente por el traspaso de la fábrica de Isidro García a manos de Fermín Fernández y Jaime J. Sust.

A lo largo de los años aparecen varias razones sociales y nombres familiares en el registro de marcas ligadas a la misma manufactura: Fernández, Sust y Cía. - La República (desde 1915), Sust y Malagarriga (1917-1919), Fernández y Sust (1917-1937), Jaime J. Sust (1923), Rosa Podestá viuda de Sust (1928-1934), Emilio Sust (1930).

La manufactura La República funcionó inicialmente en la calle General Mitre 871-877, a partir de 1920 la encontramos en San Martín 519 y desde 1934 en Felipe Moré 929. Este antiguo edificio situado en el barrio Azcuénaga sigue aún en pie mostrando en su fachada el nombre de la fábrica y un mural de azulejos con las carabelas del navegante genovés. La firma de Fernández y Sust también tenía sucursal en Cangallo 394 de la Ciudad de Buenos Aires.



Entre las marcas más acreditadas de cigarrillos, cigarros y tabacos de la Manufactura Colón podemos mencionar: CABURÉ, DIKE, FUNDADOR, GÉNOVA, PREDILECTOS, REALES, REPÚBLICA, CHELITOS, FLOR DE MAYO, JERÁRQUICOS, las tres últimas adquiridas a E. y M. Durán y Cía., también asentada en la ciudad de Rosario. La empresa perduró al menos hasta mediados de la década de 1970, dedicándose fundamentalmente a la elaboración de distintos tipos y variedades de cigarros.





Al menos desde 1892 el almacén y depósito de tabacos de Chozas, Urtubey y Cía. funcionó en la ciudad de Rosario con domicilio en San Martín 474. Según el censo[686] realizado en la provincia de Santa Fe, en el año 1887 José Chozas contaba con 35 años de edad, había nacido en Cádiz, España, y su ocupación era la de cigarrero. En cuanto a su socio no fue posible determinar unívocamente quién fue. Hubo varios comerciantes de apellido Urtubey, nacidos en la ciudad de Córdoba la mayoría, que residieron en Rosario a fines del siglo XIX. Entre ellos encontramos a Diógenes, Juvenal y Laurentino Urtubey, que según el mismo censo nacieron en Córdoba, tenían entre 25 y 30 años de edad y se dedicaban a la actividad comercial. Esta firma probablemente comenzó vendiendo cigarrillos fabricados en Buenos Aires ya que hacia 1892 era la representante de la cigarrería La Popular de Juan Posse y Cía.[687] en la ciudad santafesina y distribuía los cigarrillos LA POPULAR en sus variantes Nº1 y Nº 3 a un precio de $1.50 por 20 paquetes y las Nº 6 y Nº 8 a $2.50 por la misma cantidad. Estos precios son algo menores a los habituales porque son previos a la aplicación de la Ley de Impuestos Internos en el año 1896. La cigarrería comercializaba también sus propios productos de cigarros, cigarrillos y tabacos. Los cigarrillos se fabricaban con tabaco fuerte y papel Duke. El tabaco elaborado en hebras venía en paquetes de 500 y 100 gramos con marquillas de diseño similar a un billete de banco, con adornos muy elaborados y la efigie de la Libertad del artista francés Eugène-André Oudiné, utilizada desde hace décadas, entre otras cosas, en las estampillas de la ley de Impuestos Internos presentes en los paquetes de cigarrillos.



Otra manufactura rosarina fue la de los cigarrillos, cigarros y tabacos La Bomba, en manos de Silvestre Costa hasta 1907 con domicilio en Mitre 1565 y luego de Lorenzo Morello en Corrientes 1401. Producía las marcas LA BOMBA, RE VITTORIO y TRU. La primera etiqueta corresponde al tabaco alemán LA BOMBA en paquetes de 100 gramos a $3.00 el kilo. Esta marca también se vendía en cigarrillos armados con tabaco paraguayo a 10 centavos el paquete. Los infaltables rostros femeninos no parecen preocuparse de las propiedades explosivas del tabaco que está fumando. El sello en la marquilla confirma que la C. A. T. también adquirió esta marca que continuó siendo comercializada al menos hasta 1918. Piccardo renovó los derechos comerciales sobre LA BOMBA hasta 1930.





La Manufactura de tabacos, cigarros y cigarrillos La Revista de Moisés Maskivker registró sus primeras marcas en 1915 y tuvo continuidad hasta al menos 1957. Inicialmente estaba ubicada en San Martín 1200 esquina Mendoza y luego se trasladó al 1149 de la misma calle. Hemos encontrado un registro migratorio[688] del año 1951 en el que Osiaz Maskivker, uno de los hijos de Moisés, da como domicilio la dirección de la fábrica. Sus marcas más reconocidas fueron; AZUL, BALILA, BLANCO, CERRO COLORADO, COLORADO, DALILA, EL CUMPLIDOR, GALANTE, LA FAMOSA, LA REVISTA, LA VISTA, MONTE SINAÍ, PAN AMERICANO, POLÍTICA, SAN REMO, TROFEO.

También en la ciudad de Rosario funcionó la Compañía Rosarina de Tabacos de Clorindo Mendieta y Fischötter con domicilio en Sarmiento 1240, Maipú 1023-25 y depósito en Lima 473 de Rosario. Esta firma registró entre 1916 y 1917 las marcas de cigarrillos y tabaco EVVIVA LA PATRIA, GARUFA, SANTA CRUZ, SOLDADO, SPORTIVOS, TIGRE y TRIUNFO ARGENTINO.



Dejamos para el final a dos de las más antiguas cigarrerías rosarinas. La cigarrería La Esperanza de Gustavo Nehrkorn fabricaba los cigarrillos EL CABILDO en la calle Comercio 28, sin mención a la ciudad de origen. En el pie de imprenta se lee Litografía J. Ferrazini y Cía., Rosario, lo que confirma que la cigarrería era rosarina y estaba localizada en la actual calle Laprida que sustituyó[689] a Comercio en 1905. Notar que el cabildo de la ilustración no es el de la ciudad de Buenos Aires, sino que se trata del cabildo de la ciudad de Santa Fe (sin su cúpula), demolido en 1908 para construir la actual casa de gobierno. La ausencia de precio en la marquilla nos indica que es previa a 1896.



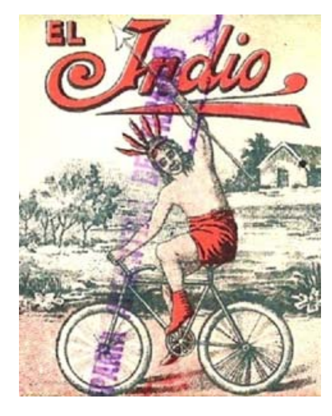
Según el censo de 1865 Diego Baca fue un inmigrante español nacido en 1825, de oficio cigarrero. En sus inicios probablemente haya trabajado en conjunto con Félix García, también cigarrero, ya que ambos registro aparecen consecutivos en la ficha censal. La marquilla que mostramos es aproximadamente del año 1880 cuando Baca ya era único dueño de la Cigarrería La Superior con domicilio en la céntrica calle Córdoba Nº 228. Las etiquetas de la cigarrería eran impresas en la Litografía a Vapor de F. Fleuta en la calle Aduana 91 (hoy Maipú) de la ciudad de Rosario.

Miguel Colmenero fue otro más de los tantos inmigrantes españoles que se dedicó a la elaboración y venta de tabaco. Había nacido en Sevilla en 1855 y se estableció en el rubro del comercio junto a Joaquín Colmenero, probablemente su hermano, tres años mayor que él. En 1884 se fundó la manufactura de tabacos LA COLMENA situada en la esquina de Comercio y Salta, en la ciudad de Santa Fe. Elaboraba tabacos y cigarrillos del mismo nombre con ventas considerables en toda la provincia de Santa Fe. En 1891 se hizo cargo de la empresa Joaquín Colmenero y en 1895 nuevamente Miguel Colmenero. Desde 1898 la manufactura pasa a manos de Manuel G. Labrá y Cía. con domicilio en San Martín 549, transformándose en 1906 en Manuel G. Labrá y Hermanos, ahora ubicada en San Martín 652. Además de LA COLMENA la firma elaboraba los cigarrillos EL CACIQUE y MASCOTA, también de 10 centavos. En el diseño de la marquilla de los cigarrillos especiales despalillados LA COLMENA, registrada el 02 de abril de 1901 (acta Nº 9644), figura Manuel G. Labrá como sucesor de Miguel Colmenero y no tiene la típica colmena que caracterizó por décadas a estos cigarrillos. En su lugar hay una ilustración con título "El Gaucho Argentino" y el epígrafe "gaucho bravo mata al traidor". El diseño con la colmena recién aparece cuando se vuelve a inscribir la marca en marzo de 1909. En 1912 Labrá Hermanos se fusionó con la Cigarrería del Norte para dar lugar a Labrá, Julierac y Cía. que terminó en manos de la C. A. T., como la mayor parte de las principales tabacaleras de la época, y años más tarde quedó bajo el control de Piccardo. Increíblemente, y a pesar de haber cambiado varias veces de dueño, los cigarrillos LA COLMENA perduraron hasta mediados de la década de 1970. La época en que Piccardo ya se había apoderado de las marcas de la C. A. T. puede reconocerse por la dirección de Uspallata 1720 y por el certificado A15 verde.



La Cigarrería y Papelería del Norte se estableció a fines del siglo XIX en la ciudad de San Justo, en el centro de la provincia de Santa Fe, siendo propiedad de Guillermo Julierac. Este inmigrante uruguayo llegó[690] junto con su familia a nuestro país alrededor de 1888 dedicándose al negocio del tabaco junto a sus dos hijos mayores Horacio y Guillermo. El depósito de tabaco tipo Pará fuerte en hoja y picado, fabricaba la acreditada marca EL INDIO en tabacos y cigarrillos. La marquilla que mostramos es justamente de la primera época de la fábrica y fue impresa por la Litografía Ferrazini y Cía. de Rosario, imprenta fundada[691] por Juan Ferrazini en el año 1894. Los diseños siguientes ya tenían la imagen del indio en bicicleta, que fue reinscrita por Piccardo al menos hasta 1931. Hacia 1906 ya se había transformado en la Cigarrería del Norte, de G. Julierac y Obermann, asentada en

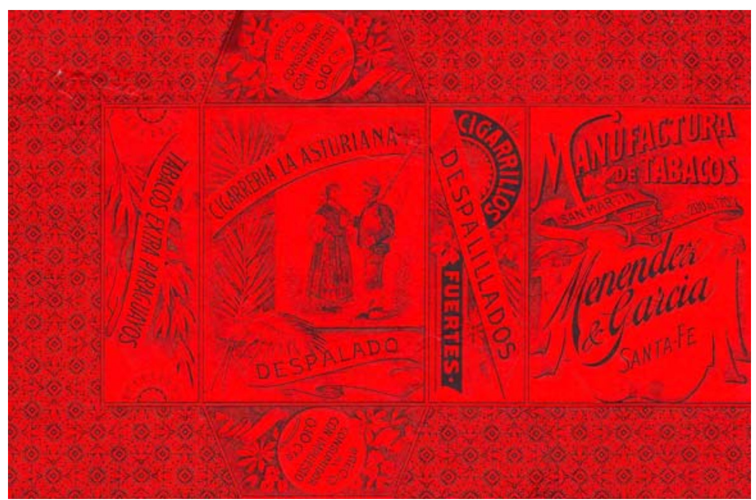






San Gerónimo y Tucumán, en la ciudad de Santa Fe. Augusto Obermann era de nacionalidad alemana, nacido en Delligsen alrededor de 1863 y de profesión contador. Se afincó en San Justo a fines del siglo XIX, en donde también vivía la familia Julierac con quien terminó asociándose. La firma fabricaba además las marcas de tabacos y cigarrillos EL INCA (registrada en septiembre de 1906) y SANTAFESINOS (inscripta en noviembre de 1908) ambas de 10 centavos el paquete y eran importadores de los cigarros DANEMANN.

En la ciudad de Santa Fe también encontramos a la manufactura de tabacos y fábrica de cigarros y cigarrillos La Asturiana, de Menéndez y García. Esta compañía registró sus primeras marcas en el año 1906. Tenía talleres de elaboración y venta en la calle San Martín 702, en la zona cercana al Río Santa Fe. Entre sus marcas más importantes podemos mencionar LA ASTURIANA de 10 centavos, inscripta en noviembre de 1906; PUERTO SANTA FE, anotada en octubre del mismo año y EL INDÍGENA, solicitada en febrero de 1907. Esta misma marca fue inscripta el mismo día por Casimiro García (suponemos que el socio de Menéndez) con un diseño similar, pero con domicilio en San Juan esq. Av. Rivadavia, Santa Fe. No queda muy clara la ubicación de esta cigarrería porque en la actual ciudad de Santa Fe la Av. Rivadavia y la calle San Juan son paralelas. Como el nombre de la fábrica sugiere, Casimiro García era de Asturias (nacido en 1867 o 1869) y sabemos que fue uno de los creadores[692] y primer presidente del Centro Asturiano de Santa Fe en el año 1908. La reunión fundacional se realizó en la cigarrería de Salvador Menéndez, situada en la esquina de San Martín y Crespo. El 10 de enero de 1909 se efectuó una asamblea general con una convocatoria más amplia en la cigarrería La Asturiana, de San Juan y Rivadavia, se crea el Centro y se constituye la primera Comisión Directiva.[693] De ella formaban parte también Salvador y Álvaro Menéndez, quienes probablemente hayan sido hermanos. Según el censo de 1895 Salvador Menéndez había nacido en España en 1865, vivía en la Ciudad de Buenos Aires, estaba casado y su oficio era el de cigarrero. Incluso a comienzos de 1897 bautiza a uno de sus hijos en la capital del país. Recién en 1900 aparece afincado en la ciudad de Santa Fe en donde inscribe a una de sus hijas.



También en la capital de la provincia estaba la manufactura de tabacos y depósito de cigarrillos del español Mateo Cañellas. Hacia 1912 sus oficinas estaban en la esquina de 9 de Julio y Tucumán y se declaraba como el único agente en la provincia de Santa Fe de la Compañía Argentina de Tabacos. Entre sus productos estaban los cigarrillos fuertes LA ESTRELLA y la marca CANELA, de relativo éxito en la zona, que fuera registrada en 1913.

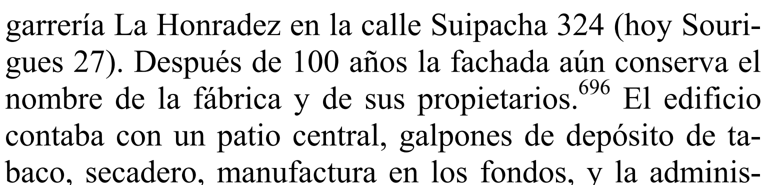


Historias de tabaqueros entrerrianos

Eduardo Torrieri nació en la localidad italiana de Lanciano el 23 de febrero de 1878. Era hijo de fabricantes de paños y terratenientes que gozaban de una buena posición económica,[694] pero se distanció de su familia y junto con un hermano (que luego emigraría a los Estados Unidos) viajaron con destino a Buenos Aires. Luego de un tiempo en la Capital, llegó a la ciudad entrerriana de Colón en donde consiguió trabajo en la fábrica de cigarros y cigarrillos La Honradez, de Miguel (o Manuel) Enrique Seoane,[695] situada en la actual esquina de 12 de Abril y 25 de Mayo. Torrieri aprendió el oficio de cigarrero fabricando los cigarrillos CORONEL LAMAS y ENTRE RÍOS, que se vendían en toda la costa entrerriana del río Uruguay.



Ya independizado de Seoane, a principios del siglo XX Torrieri se asoció con Carlos Galina y levantaron el enorme edificio de la cigarrería La Honradez en la calle Suipacha 324 (hoy Sourigues 27). Después de 100 años la fachada aún conserva el nombre de la fábrica y de sus propietarios.[696] El edificio contaba con un patio central, galpones de depósito de tabaco, secadero, manufactura en los fondos, y la administración en las dos grandes salas del frente. Luego de unos años se amplió la edificación con la instalación de una imprenta en la que se realizaban todos los impresos, cajas y etiquetas para la Fábrica Colón de la Compañía Liebig. Con el tiempo Torrieri le compró la parte a Galina y quedó como único propietario de La Honradez. Entre las marcas que comercializaban podemos mencionar los cigarros GUERRILLERO, los cigarrillos LA HONRADEZ de 20 centavos (registrados en 1917), los O FINCHADO (inscriptos en 1912) y los MÍO Y SUYO. El negocio prosperó y con el tiempo Torrieri adquirió prácticamente toda la manzana de las actuales calles Sourigues, 9 de Julio, San Martín y 12 de Abril. Allí vivió con su esposa Isabel Massera y sus once hijos. Torrieri participó muy activamente en el desarrollo de la ciudad de Colón. Tuvo uno de los primeros teléfonos, un novedoso sistema de iluminación y uno de los primeros autos del departamento.





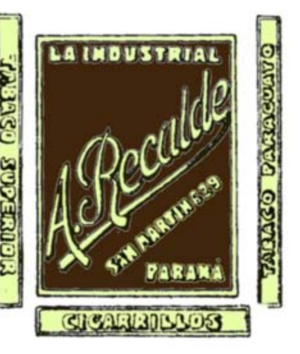
Continuamos la descripción de las cigarrerías entrerrianas con el resumen de una historia trágica-novelesca[697] relacionada con un cigarrero de la ciudad de Paraná.
Antonio Reviriego nació en Andalucía en 1845. Emigró a nuestro país y se radicó en la Ciudad de Buenos Aires en donde prosperó con la venta de tabaco elaborado. Con el tiempo adquirió campos en Paraguay en donde se cultivaba el tabaco que vendía en su negocio capitalino. Periódicamente Reviriego traía el tabaco desde sus plantaciones en territorio guaraní por vía fluvial en forma personal, para luego elaborarlo y comercializarlo en Buenos Aires. Buscando nuevos horizontes, en 1880 decidió mudarse a la ciudad de Paraná con su familia e instaló la Cigarrería del Toro en la céntrica esquina de Urquiza y Buenos Aires (actualmente ocupada por el periódico *El Diario*).
Reviriego estaba casado[698] con Juana Rodríguez con quien tuvo 7 hijos. El mayor, nacido en 1871, también se llamó Antonio y se casó a principios del siglo XX con Emilia Aranguren.
Para evitar los dificultosos viajes a Paraguay, en el año 1886 Reviriego decidió vender sus campos e instalar los cultivos más cerca de la ciudad de Paraná. Luego de realizar la venta y hacerse de una

gran cantidad de efectivo, el empresario decidió regresar en tren en lugar de hacerlo por barco, como era habitual, pues consideró que era más rápido y seguro.
Pero Reviriego nunca llegó de regreso a Paraná para reunirse con su familia. Su cuerpo apareció tirado en las vías del tren, y la maleta que contenía todo su dinero desapareció misteriosamente. El relato familiar[699] dice que en medio del viaje el cigarrero se sintió descompuesto, salió a un pasillo al aire libre que tenía el tren del cual cayó y terminó muriendo. Hay otra versión que afirma que Reviriego estaba jugando a las cartas, perdió todo su dinero y se sintió mareado. La culpa hizo que fuera a la parte trasera del tren y se suicidara tirándose a las vías. Sin embargo, la familia afirmaba que Don Antonio nunca había jugado a las cartas y pronto se dejó de hablar de una muerte extraña y se barajó la hipótesis de un asesinato que nunca se pudo aclarar.
Debido a la muerte de su padre, su hijo mayor Antonio debió hacerse cargo de la empresa con solo 15 años de edad. Su madre estaba embarazada y cuando dio a luz llamó a su hija Antonia, seguramente en recuerdo de su fallecido padre. Para renovar la cigarrería Antonio hijo construyó un nuevo y amplio edificio en la misma esquina de Urquiza y Buenos Aires que quedó terminado en 1903. En la planta baja estaba el salón de ventas y en la planta alta vivía con su familia. La manufactura de tabaco se realizaba en los sótanos en donde el personal femenino se ocupaba de fabricar los cigarros ayudado por dos negros libertos. En el mismo edificio funcionó durante un tiempo la Biblioteca Popular de Paraná.
La Cigarrería del Toro dejó de existir en la década de 1920/30 debido a una ley municipal que prohibió la permanencia de fábricas en el centro de la ciudad de Paraná. La gran casona fue alquilada a un negocio de lotería, luego una regalería y más tarde a las oficinas de *El Diario* de Paraná. Incluso llegó a habitarla un misterioso personaje de origen alemán, sobreviviente del acorazado nazi Admiral Graf Spee que fuera incendiado en la ciudad uruguaya de Montevideo durante la segunda guerra mundial.



Fortunato de Jesús Leguizamón nació en Paraná, Entre Ríos, el 15 de octubre de 1854 y fue bautizado como hijo natural de doña Bonifacia Leguizamón. Se casó en 1884 con Carmen Varela (o Barela). En el censo de 1895 se declara como comerciante así que probablemente ya estuviera en funcionamiento la cigarrería La Criolla, domiciliada en la céntrica calle España Nº 42, a una cuadra de la Cigarrería del Toro de Reviriego. Leguizamón producía los cigarrillos BICICLETA y LEGUIZAMÓN ESPECIALES de 10 centavos el atado, elaborados con tabaco fuerte, probablemente criollo o paraguayo. La muy colorida etiqueta era impresa en la litográfica porteña La Nueva Artística de Piedad 2600, siendo por lo tanto previa a junio de 1901. La fábrica funcionó al menos hasta mediados de la década de 1910 tal cual se deduce de las solicitudes presentadas ante la Oficina de Patentes y Marcas.





Adriana Recalde es una de las poquísimas mujeres que aparece como dueña de una manufactura de cigarrillos. Era propietaria de la cigarrería La Industrial domiciliada en la calle San Martín 629 de la ciudad de Paraná. En 1915 registró la marca de cigarrillos REY de 10 centavos el paquete.
En la esquina de Corrientes y La Paz de esa misma ciudad estaba la cigarrería La Española, propiedad de Antonio del Valle, que hacia 1913 vendía los cigarrillos FUERTES ESPECIALES Nº 1.

La marca EL PENGÜIN, que se vendía en carteritas de 10 centavos, era comercializada por Lázaro Casaretto e hijos, un almacén, ferretería y cigarrería por mayor situado en la esquina de Luis M. Palma y Libertad (actual Magnasco), frente mismo a la Municipalidad de la ciudad entrerriana de Gualeguaychú.
En la etiqueta se observa que los cigarrillos EL PENGÜIN eran elaborados por La Vencedora de Fermín Subízar en la ciudad de Buenos Aires, por lo que son posteriores a 1902.
Según el Censo Nacional[700] de 1895, Don Lázaro Cazaretto tenía 60 años de edad, era italiano, comerciante, padre de 8 hijos, y casado desde 1866 con Ángela S. de Cazaretto, de 56 años y nacida en Entre Ríos. Entre sus hijos estaban José de 25 años y María de 22, ambos nacidos en Entre Ríos; Lázaro de 21 y Adolfo de 16, habían nacido en Uruguay. Todos ellos se dedicaban al comercio en la ciudad de Gualeguaychú. El almacén fue fundado por Casaretto padre, y hacia 1905 (época aproximada de la marquilla) ya había incorporado a sus hijos al negocio familiar. Lázaro Casaretto fue una personalidad muy destacada dentro de los comerciantes de la ciudad de Gualeguaychú.[701] En 1868 contribuyó activamente en luchas contra la epidemia de cólera que sacudió todo el litoral argentino y en 1875 apoyó la construcción de un nuevo mercado de frutas.



También en la ciudad de Gualeguaychú, pero alrededor del año 1880, funcionaron dos las primeras cigarrerías de la ciudad. Una era la Cigarrería del Comercio de M. T. López con domicilio en 25 de Mayo 89. Elaboraba al menos dos variedades de cigarrillos: los ESPECIALES hechos con tabaco habano y los NEGROS, muy probablemente hechos con tabaco criollo. En la etiqueta que mostramos alcanza a distinguirse el pie de imprenta de la litográfica porteña de Teodoro Zollinger, aunque otras marquillas eran traídas desde Francia elaboradas por la imprenta Gonthier-Dreyfus et Cie. en París.

La otra firma era la Cigarrería del Sol, propiedad de Salvador Bosque, de quien no hemos podido recabar mayores datos



Otras ciudades entrerrianas con cigarrerías propias fueron:
-Concordia, en donde Indalecio Medina y luego Medina y Rovira fabricaron entre 1907 y 1917 los cigarrillos CONCORDIA, ENCOMIENDA, TIRO FEDERAL, ARTESANOS, TROMPETA.
-Victoria. Allí encontramos a la Cigarrería La Amistad de Rosario Ruiz Díaz que en 1909 elaboraba los cigarrillos CANAL PIAGGIO de 10 centavos; a Carlos Rodríguez, dueño de La Criolla por 1910; y por lo menos entre 1924 y 1942 a Miguel J. Turano, uno de los 10 hijos del comerciante italiano Nicola Turano, radicado en Victoria desde comienzos de la década de 1880.
-Lucas González. En esta pequeña comuna entrerriana estuvo la Cigarrería La Triunfadora de Gerónimo Lazzeroni, que entre 1917 y 1921 comercializó los cigarrillos ABUELO y EL OBRERO.



Finalizamos este recorrido de cigarrerías del interior del país con la descripción de algunas fábricas que funcionaron en las provincias de San Luis, Mendoza y Tucumán.

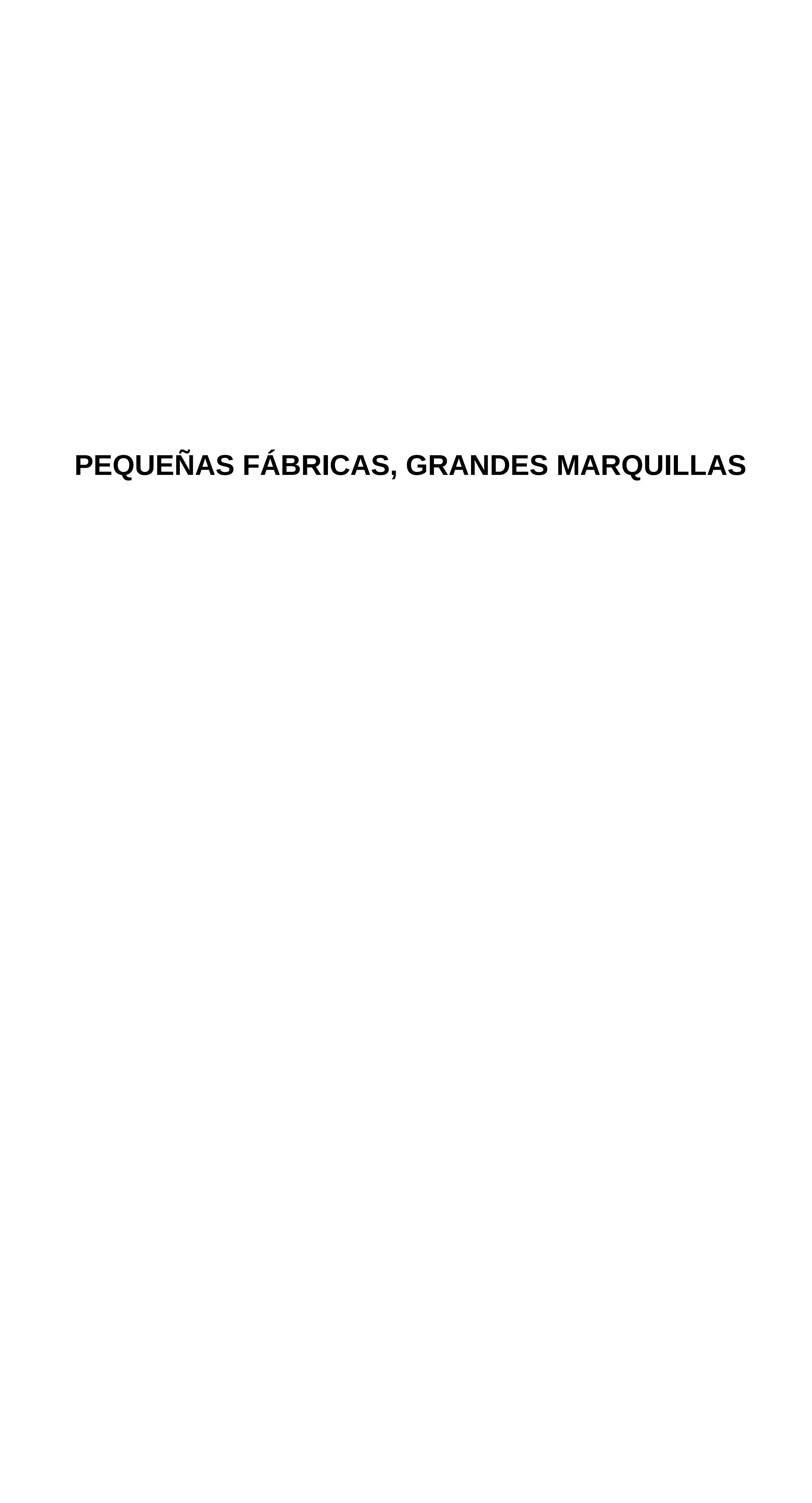
En la localidad de La Toma en la provincia de San Luis estaba radicada la cigarrería de Morera y Cía. Fabricaba los cigarrillos PUNTANOS que se vendían en carteritas de 10 centavos. Curiosamente este pueblo se fundó[702] en 1906 con la llegada del ferrocarril y su nombre se debe a una toma de agua construida en 1850 en el Río Rosario, por lo que el paraje era conocido como La Toma del Rosario. Esta localidad tiene algo menos de 7000 habitantes según el censo del año 2001, por lo que es difícil imaginar que 100 años atrás pudiera establecerse una fábrica de cigarrillos en ese paraje. Como puede apreciarse en la marquilla, los cigarrillos en realidad eran producidos por la manufactura porteña La Vencedora, de Fermín Subízar. La etiqueta es idéntica a los SPORTSMEN de 20 centavos en su cara posterior y las dos ilustraciones internas, pero en la cara principal se reemplazó la cabeza de caballo y la herradura por la leyenda con el nombre de la marca y del dueño de la cigarrería. Con los datos mencionados ubicamos temporalmente a la etiqueta en el período 1906-1911.



En la también cuyana provincia de Mendoza existió a fines del siglo XIX la cigarrería de J. Alburna que elaboraba los cigarrillos LA HONRADEZ hechos con tabaco suave. La firma tenía sus oficinas y talleres comerciales en la calle San Martín 439-443, una de las principales arterias de la ciudad de Mendoza. La marquilla es previa a 1896 ya que no trae el precio impreso en el paquete. En la misma época también funcionó en la capital mendocina la manufactura de tabacos cigarros y cigarrillos de Pedro Corcóstegui. Situada en la calle Belgrano 1416 elaboraba los cigarrillos EL PROGRESO de 10 centavos.



Fernando Mauri Serra nació en 1826 y llegó a nuestro país con su familia desde España probablemente a comienzos de la década de 1880.[703] Se instaló en la ciudad de Tucumán en donde se dedicó al rubro del comercio y al menos desde 1897 a la venta de tabaco elaborado y cigarrillos. El mayor de sus hijos, también llamado Fernando, nació en 1872 y seguramente se hizo cargo del negocio familiar. A fines del siglo XIX el local de venta figura en la calle Laprida 17, frente a la Plaza Independencia y para comienzos del nuevo siglo aparece en la calle 24 de Septiembre 324-350. Como ambas direcciones están a pocos metros de la misma esquina, es probable que se tratara de la misma propiedad con salida a dos calles. La cigarrería se denominaba La Central y manufacturaba los cigarrillos ANGELITO, y CHACABUCO de 10 centavos, y había solicitado el registro de las marcas ESTRELLA, EXCELENTES, LA CENTRAL y VELAY, aunque desconocemos si alguna vez salieron a la venta.



PEQUEÑAS FÁBRICAS, GRANDES MARQUILLAS

Los cigarrillos egipcios y turcos









En otro capítulo de este libro hemos mostrado algunas de las primeras publicidades de productos elaborados con tabaco oriental. Una de las más antiguas data del año 1875 cuando José Daumas promocionaba sus cigarrillos PERLAT franco-turcos. En 1879 hallamos en Florida 65 a la Cigarrería Turca de Nicolás Voicly, que declara tener como especialidad la fabricación de cigarrillos con tabaco turco. A comienzos de la década de 1880 Manuel Méndez de Andés producía los TURCOS ESPECIALES de La Abundancia, "los mejores cigarrillos que se elaboran en esta capital", según su propio dueño. Pero la que probablemente haya sido la primera fábrica dedicada a la venta de productos elaborados con tabaco puramente oriental fue Al Fumador Turco, de Isaac Benchetrit, que en 1883 estaba domiciliado en la calle Maipú 205 casi esquina Corrientes y se declaraba como la "única fábrica de tabaco turco en Buenos Aires".
Hacia comienzos de la década de 1890 José Praprotnik producía los cigarrillos turcos SULTÁN en versiones Nº1 con tabaco fuerte, Nº 3 muy suave, y probablemente haya existido una Nº 2 con sabor intermedio. Las marquillas estaban decoradas con las infaltables fotos de mujeres, en este caso vestidas con atuendos orientales. La cigarrería estaba ubicada en la calle Tucumán 1001 esquina Artes, de donde se deduce que es posterior a 1887 pues tiene la nueva numeración de calles. También es anterior a 1896 ya que no trae el precio impreso. En 1894 la fábrica aparece listada[704] en el *Anuario del Comercio* en la misma dirección de la calle Tucumán 1001. En 1912 José Praprotnik solicita el registro de la marca CANILLITAS, que desde comienzos de la década de 1920 sería fabricada por Massalin y Celasco. El nombre de la firma, Cigarrería de Viena, puede ser indicativo del origen de su dueño. Hemos hallado que el apellido Praprotnik es más frecuente en las zonas del sur de Austria y norte de Eslovenia y Croacia.



Las marcas de cigarrillos orientales muy finos, ya sean turcos o egipcios, comenzaron a popularizarse principalmente a comienzos de la década de 1910. La Royal Tokos Cigarette Company,[705] de Natalino Magnani, fue una de las pioneras en este mercado. Establecida en julio de 1910 en la Av. de Mayo 566, esta firma elaboraba cigarrillos egipcios con tabaco importado de la mejor calidad. Hacia 1913 el salón de venta al público se había mudado a Av. de Mayo 1248.
Los cigarrillos se fabricaban totalmente a mano por expertos traídos especialmente de El Cairo. Una característica distintiva de los ROYAL TOKOS era que el producto se elaboraba según el gusto del consumidor en variedades suaves, medianos o fuertes y de formato largo o delgado. La fábrica ofrecía la impresión gratuita de un monograma de dos caracteres en la caja, y el nombre, escudo o marca del cliente en los cigarrillos. Venían en lujosas cajas o latas cuidadosamente elaboradas que se vendían a 60 centavos la unidad.



Los hermanos griegos Herenles y Arístides H. Xoudis registraron su primera marca en 1914, por lo que suponemos que se dedicaron a la fabricación de cigarrillos finos al menos desde comienzos de la década de 1910, estableciéndose en la calle Boulogne Sur Mer 930 de la Capital Federal.

Utilizaban tabaco turco importado y produjeron marcas generalmente relacionadas con Egipto o Turquía. Los cigarrillos BIS fueron los más acreditados de la empresa de los hermanos Xoudis. Se vendían en presentaciones de 20 y 30 centavos y BIS EXTRA a 40 centavos. También registraron marcas como METROPOL, EGIPTIOS, ELITE o HANUM. Las últimas inscripciones de marcas de la firma Xoudis hermanos son de 1932, aunque hay solicitudes a nombre de Ángel Xoudis y Hércules Xoudis hasta 1935, por lo que se presume que otros miembros de la familia se hicieron cargo del negocio. En 1937 se publica en el Boletín Oficial un llamado de presentación judicial en contra de Hércules Xoudis por la causa que se le siguió por el delito de quiebra culpable, de donde inferimos que la fábrica ya había dejado de funcionar. Esto se confirma con el registro de la marca BIS en 1936 a nombre de Constantino Papathanassiou.

Una anécdota interesante ocurrió hacia fines de la década de 1920 cuando Aristóteles Onassis[706] vivía en la Argentina y se dedicaba al negocio del tabaco. Hay publicaciones que indican que Onassis "tomó prestado" el nombre de la famosa marca de cigarrillos BIS, y etiquetó sus cigarrillos con el mismo nombre. El titular de la marca BIS (Xoudis Hermanos) demandó a Onassis por el uso de la denominación registrada por su compañía y ganó el juicio en los tribunales. Esta marca de cigarrillos también es citada en la obra *Errante en la Sombra* del escritor Federico Andahazi, en donde aparece la frase "*…como si fumar cigarrillos BIS hechos a mano con tabaco traído de Turquía los hiciera sentir verdaderos sultanes...*".



La fábrica de cigarrillos egipcios de Pericles S. Mavrides y Cía. comenzó a funcionar en la primera mitad de la década de 1910. Sus oficinas comerciales estuvieron en la calle Florida 539 para mudarse a Tucumán 684 alrededor de 1920. Los cigarrillos eran elaborados con tabaco de la mejor calidad traído directamente de oriente. Las marcas más acreditadas fueron THE ADAMAS y EST-EST-NO-NO (registradas en 1914), L'AIGLON ("el aguilucho") inscripta en 1916 y SULTANA, anotada en 1917. En el registro de marcas fueron presentadas las solicitudes por al menos diez nombres comerciales adicionales, aunque no hay evidencias de que alguna vez hayan sido comercializados. Los cigarrillos de Mavrides eran para bolsillos adinerados. Por ejemplo, una caja con formato de cigarrera de THE ADAMAS, en cartón duro de color dorado, con letras en relieve y con perfume de rosas costaba $1.25, más de 10 veces el precio de un atado popular. Los SULTANA eran algo más económicos, pero aun así costaban 45 centavos el paquete. Pericles Mavrides falleció a comienzos de la década de 1920 pues su última marca fue registrada ese año, y a partir de 1924 las renovaciones fueron hechas por "Sucesión Pericles S. Mavrides". En 1926 Federico Reller y Atilio Valenti registran a su nombre algunas de las marcas de Mavrides, entre ellas AIGLON y SULTANA. Posteriormente, desde mediados de la década de 1930, Pantaleón Tasoglú se hizo cargo de las marcas THE ADAMAS, SULTANA y VIZIR.

Daruich y Simhan fue otra manufactura dedicada a la especialidad del cigarrillo oriental de lujo, de precios por lo general muy elevados, en elaboración limitada y a veces por encargo. Su local de venta estaba en la calle Talcahuano 455. Desde fines de la década de 1910 vendía los cigarrillos egipcios CHERIF, B.A. y BEY, los turcos PACHÁ (de considerable éxito), además de los MONTE LÍBANO, EMIR, SALOMÉ y una decena de nombres inscriptos en el registro de marcas hasta 1947 que no sabemos si alguna vez llegaron a comercializarse.

Simón Bolteansky se dedicó también a la elaboración manual de cigarrillos orientales finos, probablemente desde fines del siglo XIX. Su fábrica, llamada Memphis Cigaretten, estuvo ubicada originalmente en la calle Libertad 481. Hacia 1914 la encontramos en Lavalle 1200, esquina Libertad, y para finales de la década en Montevideo 536. Elaboró varias marcas del tipo egipcio como MEMPHIS, VIENA, KLEOPATRA, y FLEUR D'EGYPTE. Fue probablemente una de las primeras en introducir el tabaco de Macedonia que utilizaba para sus cigarrillos BASMA de 30 centavos. La marca THE REAL MEMPHIS se vendía en una lujosa caja de cartón tipo cigarrera y costaba $1 los 10 cigarrillos. Este producto obtuvo premios en la Exposición Nacional de 1898, la de Roma de 1911 y la de Londres de 1912.



Manuel Trillo, dueño de Jóvenes Turcos, dirigió “la única casa que elabora los tabacos especialmente para la colonia árabe”. Su cigarrería estaba ubicada en la calle Triunvirato 2044, casi esquina Gallardo. Esa dirección corresponde actualmente a Corrientes 4744 ya que a partir de 1937 la Av. Corrientes se extendió algo más de 20 cuadras desde Ángel Gallardo hasta Federico Lacroze y la actual Av. Triunvirato comienza su numeración en 2200. Allí funcionó durante varias décadas la fábrica de cigarrillos Dólar. En 1915 Trillo inscribió la marca LA JOVEN TURQUÍA y luego CARA Y CRUZ de 10 centavos, lo que sugiere que los productos que vendía no eran de la misma calidad que los de otras fábricas de cigarrillos orientales.

Mencionamos también a José y Jorge Massa, dueños de la cigarrería La Oriental en Triunvirato 320-322, que produjeron marcas como EL ÁRABE, SULTÁN, LA ORIENTAL en tabaco y cigarrillos desde 1913.

Piccardo entró en el mercado del tabaco oriental recién en 1921 con los cigarrillos egipcios IRIS de 40 centavos y los IRIS Nº 5 con boquilla de oro, de 60 centavos la caja. También fabricó los CAIRO, una variante más económica de 20 centavos la caja, bajo su subsidiaria la SA La Defensa Donato Didiego y Cía. Ltda. La marca de estos cigarrillos había sido registrada por la Compañía Argentina de Tabacos en 1912. Notar que en la marquilla aparece el nombre de la C. A. T., con la dirección de la Compañía Argentina Tabacalera, el registro a nombre de La Defensa y el fabricante real era Piccardo, todo un símbolo de lo que produjo el arribo y el retiro del trust tabacalero inglés en nuestro país.

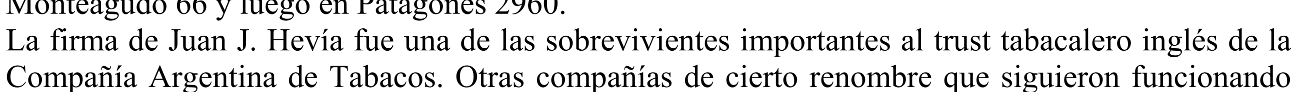


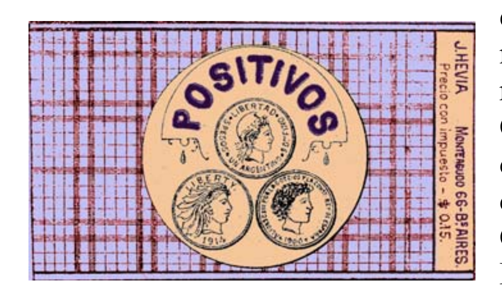
Tabaco y Geografía

Los nombres que aluden a lugares geográficos también eran muy utilizados para denominar marcas de cigarrillos. Hemos visto algunos ejemplos famosos como PARÍS, BUENOS AIRES, AMÉRICA, MONTEVIDEO, MONTERREY, ESPAÑA, LA UNIÓN ESPAÑOLA, MÓNACO, CRUCERO RÍO DE LA PLATA, FRANCESES, PERLAS DE CUBA, LA PARAGUAYA, etc.
Algunas fábricas de menor venta también usaron esta estrategia al elegir el nombre sus productos. Marcas como EUROPA, MADRID, ROMA, LONDRES, REAL BELGA, THAMES, DOS MUNDOS, HABANEROS, CÓRDOBA, PAMPA o PUNTANOS, pretenden asimilarse con lo mejor de la sociedad europea o resaltar la fisonomía autóctona.

Como ya señalamos, Europa fue el continente de dónde provino la mayor parte de la inmigración que llegó a la Argentina a fines del siglo XIX y principios del siglo XX. Por eso era esperable que el nombre del viejo continente apareciera en alguna marca local de cigarrillos. Quien primero lo utilizó fue Juan J. Hevía (otro inmigrante español, nacido en 1857) fundador de la cigarrería La Cultura. En la guía comercial[707] de 1894 esta cigarrería estaba ubicada en la calle Belgrano 1800, muy probablemente la misma dirección[708] de su domicilio particular que aparece en el censo de 1895. Ese mismo año figura una solicitud de registro a nombre de J. Dupré y Hevía de la marca LA SUERTE, que luego sería inscripta por Francisco Beretta (1905), Dupré y Lenz (1915) y la Compañía Nacional de Tabacos (1924). La marquilla de los cigarrillos EUROPA que mostramos es de alrededor de 1915 y la dirección Monteagudo 66 que figura en la etiqueta corresponde a la zona de Parque Patricios, en la Ciudad de Buenos Aires. Además de los cigarrillos EUROPA de 20 centavos elaborados con tabaco habano especial, esta empresa registró en 1915 una decena de marcas entre las que podemos mencionar LA CULTURA (30 centavos), EL ARTE (20 centavos), POSITIVOS (15 centavos), RÍO BRANCO, EL ESPEJO, BOLETO, PLANETAS, POLONIA (todas de 10 centavos).
La cigarrería La Cultura fue continuada por Domingo del Rosario, quien fabricó los cigarrillos LA CULTURA, BOLETO y POSITIVOS al menos hasta 1931, primero en Monteagudo 66 y luego en Patagones 2960.




La firma de Juan J. Hevía fue una de las sobrevivientes importantes al trust tabacalero inglés de la Compañía Argentina de Tabacos. Otras compañías de cierto renombre que siguieron funcionando en forma independiente durante la década de 1910 fueron: Aimé & Cía. (cigarrillos PROGRAMA, antiguos fabricantes de rapé); Ariza Hermanos (cigarrillos NORMALES, IMPARCIALES, TABARÉ, LA REVANCHA); cigarrería La Bondad de G. Conde Pedrosa (cigarrillos V. O., EL APÓSTOL); Dediego Hermanos (Cigarrillos GUARANY); León de León & Cía. (DÓLAR); J. R. Otero (ROMA, LUMEN) y Sociedad Productora e Introductora de Tabacos (LA RAZÓN).



Antonio José Triay fue el dueño de la manufactura de tabacos y cigarrillos que llevó su nombre y funcionó a comienzos de la década de 1910 en la calle Garay 2101, esquina Rincón, frente a la Plaza La Vuelta de Obligado en el barrio porteño de Balvanera. Justamente el 20 de septiembre de ese año presentó la solicitud ante el registro de marcas para inscribir la denominación comercial MADRID (Nº de acta 30915) en la clase correspondiente a tabacos, cigarros y cigarrillos. Los MADRID se vendían a 20 centavos el atado y estaban hechos "al estilo de la República Oriental del Uruguay". No hallamos registros censales o civiles para Antonio Triay en Buenos Aires, pero en Uruguay figuran más de 20 personas con ese nombre, entre las que se encuentran los catalanes[709] Onofre Triay, fundador de La Industrial, y Bartolomé Triay iniciador de la tabacalera La Activa. Sumado al toque oriental de sus cigarrillos, sugiere que Antonio Triay podía haber llegado a nuestro país desde tierras uruguayas.



La marca de cigarrillos LONDON de 30 centavos fue registrada por primera vez por Yza y Domínguez, dueños de la cigarrería El Comercio, situada en la calle Santiago del Estero 1782 de Buenos Aires. Durante el año 1907 se presenta una nueva solicitud para la marca, con el mismo diseño que la marquilla que presentamos, pero ahora a nombre de Yza y Cía. con domicilio en la calle Chacabuco 180. Estas oficinas comerciales habían pertenecido a la cigarrería de los hermanos Brisson y luego a Auger y Cía. y fueron utilizadas por Yza y Cía. al menos en el período 1906-1910. Además de los cigarrillos LONDON, la compañía registró las marcas MUGUET de 40 centavos, FLOR DE LA VEGA de 30 centavos, LUIS MARÍA de 20 centavos y PINCHEIRA de 10 centavos, cubriendo una amplia gama de precios y calidades.

También se vendieron en el mercado argentino los cigarrillos LONDRES de 20 centavos, aunque eran importados desde la vecina Uruguay. A principios de 1900 esta marca, fabricada por la manufactura La Sport de Danckelman y Schrader en Montevideo, acaparaba[710] el 40% de las ventas totales de cigarrillos en Uruguay. Semejante éxito de ventas llevó a que, por un lado, la marca fuera registrada en nuestro país por Alejandro J. Clavier en 1917 y que, por otro lado, algunas compañías locales decidieran importarla para competir con las marcas argentinas. Una de estas empresas fue la Sociedad Anónima Importadora y Exportadora de la Patagonia (conocida por su cadena de supermercados La Anónima). La sociedad fue fundada en Trelew en 1908 por José Menéndez y Mauricio Braun iniciándose como almacenes de ramos generales, pero expandiéndose rápidamente a otros rubros como frigoríficos, lanas, cueros, bancos, aviación, etc.

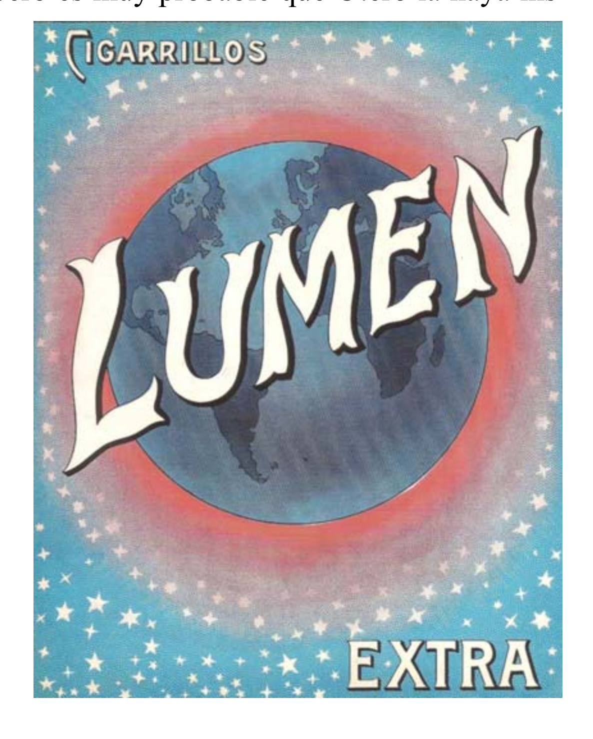




Los cigarrillos ROMA, de 10 centavos el paquete, eran elaborados por La Argentina, fábrica de tabacos, cigarros y cigarrillos de Juan R. Otero, situada (hacia 1895) en la calle California 1214-18 del barrio porteño de Barracas, con escritorio en Venezuela 847. En la marquilla se indica que la fábrica fue fundada en 1878 y según los datos[711] del censo de 1895, Otero habría nacido en España en 1859 por lo que es factible que en 1878, teniendo solo 19 años, haya comenzado su trabajo de cigarrero junto con alguien de más experiencia. Al respecto, en la *Guía Kunz* de 1885 figura una cigarrería cuyos dueños son Enrique Ambühl y Juan R. Otero, calle Defensa 172, casi esquina Belgrano. Desde sus comienzos la firma fabricó distintas clases de cigarros, especializándose en los del tipo italiano. En 1895 Otero se había asociado con Nicolás Cavalleri (de origen italiano) y La Argentina producía 100.000 cigarros mensuales, empleando tabacos de Virginia, Bahía, Sumatra, Borneo, Pará y Tucumán, según las distintas calidades. Los cigarrillos se fabricaban con tabaco tucumano de primera clase. La buena calidad de los productos fabricados por Otero y Cía. le valió una sólida y numerosa clientela, que prefería sus cigarros en lugar de los importados, por su calidad, mano de obra y precio.

La fábrica La Argentina incorporó aprendices mujeres en la producción de cigarros, siendo una de las primeras manufacturas en hacerlo, ya que hasta ese momento no existían las oficialas. Las obreras confeccionaban unos doscientos cigarros en ocho horas de trabajo diario, y se les pagaba un peso el ciento de primera calidad y ochenta centavos el de segunda. La firma poseía su propio taller de carpintería para la elaboración de cajas de haya y de cedro para sus cigarros, y taller de litografía para la impresión de las etiquetas. La Argentina tuvo buen suceso con su escuela de cigarrería, obteniendo varios premios con los productos manufacturados por sus oficialas en las Exposiciones Rural y Continental de 1882.

Dentro del rubro de cigarrillos la marca de más suceso fue probablemente LUMEN Extra de 30 centavos. El primer registro que encontramos es de 1911, pero es muy probable que Otero la haya inscripto mucho antes. Para esa época la fábrica ya funcionaba en la calle México 3990. Además de LUMEN y ROMA, la fábrica de Otero registró la marca de cigarros GUAZÚ en 1916 e IGUAZÚ en 1919, su última solicitud. Desde 1921 los cigarrillos LUMEN fueron producidos por Ariza hermanos, conservando el mismo diseño en la etiqueta, lo que sugiere que esta compañía adquirió parte de los activos de La Argentina.



La palabra "lumen" probablemente fue tomada del término que comenzó a usarse en física a fines del siglo XIX para indicar la intensidad de una fuente de luz en el espectro visible. Lumen deriva del latín y su significado es luz.

Los términos con origen astronómico o climático también fueron utilizados por la industria tabacalera para denominar a sus productos. A modo de ejemplo podemos mencionar a los cigarrillos CELESTIALES de La Sin Bombo, ESTRELLA de Emilio Pujal y LUCERO de Massalin y Celasco.

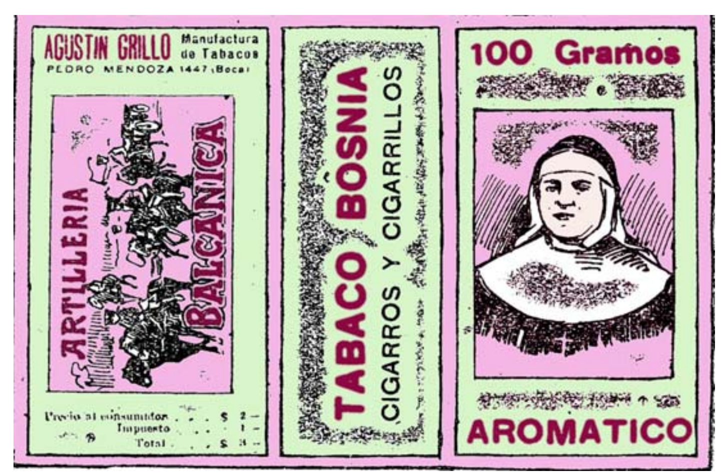
A comienzos del siglo XX la manufactura de tabacos de Agustín Grillo, llamada La Mercantil, estaba situada en la calle Pedro de Mendoza 1433-1447, en el barrio porteño de La Boca, justo frente al Riachuelo. Grillo había nacido en el pueblo de Voltri, Génova, en 1843 y se casó con la también genovesa Ángela Parodi con quien tuvo 14 hijos.



La familia Grillo llegó a nuestro país presumiblemente entre los años 1873 y 1874, ya que su hija Stella (nacida en 1873) era italiana y su hijo Fortunato fue bautizado en 1874 en la parroquia San Juan Evangelista de la Boca, situada a unas pocas cuadras de la cigarrería.

Hacia 1878 la familia ya vivía en la calle Necochea 68. Llamativamente su hija Ángela nació en 1881 en Italia, pero en 1882 un nuevo hijo nace en la Argentina. Para esa fecha Grillo vivía en Pedro de Mendoza 189 (de la vieja numeración) y declaraba como oficio el de zapatero. En el censo de 1895 la familia Grillo figuraba en la sección policial 20, en la que está contenido el barrio de la Boca, y vivía en la calle Pedro de Mendoza 1043. Como en muchas cigarrerías de la época, el domicilio familiar es coincidente con los talleres de fabricación y venta de los productos de tabaco, tal cual puede verificarse en el *Anuario de Comercio* de 1894.

Entre 1903 y 1924 Agustín Grillo registró una decena de marcas de tabaco, cigarros y, mayormente, cigarrillos. La marca THAMES se vendía en una presentación de 20 centavos y otra SPECIAL de 30 centavos. Probablemente inspirado en el riachuelo que tenía frente a su cigarrería, Grillo tomó el nombre del famoso río que cruza la capital inglesa y desemboca en el Mar del Norte. El diseñador evidentemente quiso darle un aire inglés a la marquilla con la leyenda "*I am smoking THAMES cigarettes and I am happy and content*" algo así como "estoy fumando cigarrillos THAMES y estoy feliz y contento". Evidentemente era mejor publicista que conocedor del idioma de Shakespeare, sobre todo cuando se lee en un costado "*unic receiver*" (en lugar de *unique receiver*) suponemos para indicar que era la única sucursal que poseía la firma.



En el segmento de los cigarrillos económicos La Mercantil elaboraba la marca BOSNIA de 15 centavos, también ligada a la geografía. Este producto se vendía además como tabaco suelto a $3 el kilogramo. Otra marca popular fue SALAMÍN de 10 centavos. En la franja intermedia Grillo registró las marcas YO TE QUIERO, COMPLETO y PASTORA Y 69, de 20 centavos; mientras que en el rango de 30 centavos inscribió ALVEAR, EL PELUDO y HABANETE. Estimamos que la firma de Grillo subsistió hasta mediados de la década de 1920, probablemente conducida por alguno de sus numerosos hijos, ya que para esa fecha el fundador de La Mercantil hubiera tenido unos 80 años.

A partir de 1925 Atilio Camberos tomó el nombre de La Mercantil y algunas de sus marcas (por ejemplo THAMES y BOSNIA) y, primero en la calle Brandsen 171 y luego en Necochea 1427-29 (ambas en la Boca), produjo la marca SERIO de 20 y 30 centavos el atado, que tuvo un relativo éxito de ventas.

Los cigarrillos REAL BELGA eran elaborados por Luis Leens y León Dejong, con domicilio en la calle Florida 245, probablemente desde mediados de la década de 1910, ya que la marca fue registrada en 1915 para carteritas de 20 centavos. Estos dos tabaqueros inscribieron además las marcas GLORIA BELGA y LEAL BELGA, lo que sugiere fuertemente desde qué país emigraron a la Argentina. Esta marca de cigarrillos extrafinos de 40 centavos también fue objeto de falsificación junto con otras de mayor circulación como ATORRANTES, 43, REINA VICTORIA, o MONTERREY.



La aparición de algún símbolo que denote aristocracia ilustrando la cara posterior de la marquilla era un recurso típico de los cigarrillos de alta gama. En este caso se utilizó la casa del rey en la ciudad de Bruselas, un emblema de la nobleza europea. Los nombres asociados a la realeza como REINA VICTORIA, ROYAL TOKOS, PRÍNCIPE DE GALES o TRES CORONAS fueron un recurso común para mostrar la distinción de una marca determinada.

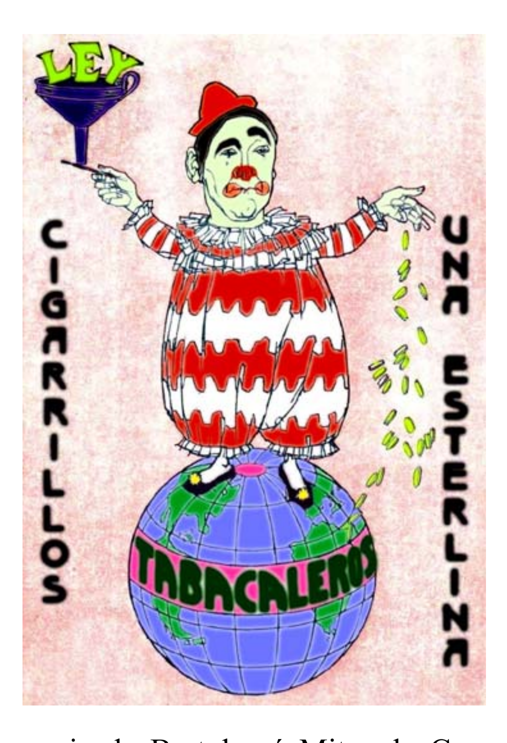
La manufactura de tabacos de Eybächer hermanos elaboró los cigarrillos DOS MUNDOS desde fines de 1901 cuando presentó la solicitud de registro para la marca. Su primer domicilio estuvo en el barrio de Almagro en la calle Mitre 3718 y luego de mudó a la vuelta de la esquina, a Bulnes 175. El diseño de la marquilla resalta la hermandad entre América y Europa forjada por millones de inmigrantes del viejo continente que cruzaron ilusionados el océano Atlántico con intenciones de “hacer la América”.

No tenemos datos precisos sobre el creador de los cigarrillos DOS MUNDO salvo el que aparece en el sitio del Centro de Estudios Migratorios Latinoamericanos donde figura un único inmigrante con ese apellido llamado Albert Eybächer. De nacionalidad alemana, arribó al país el 01 de junio de 1892 en el barco Olinda proveniente de Hamburgo y declaró como profesión comerciante, datos consistentes con el dueño de la cigarrería DOS MUNDOS. La marca fue utilizada nuevamente a comienzos de la década de 1930 por Falcón Calvo y Cía. quien la comercializó en paquetes de 12 cigarrillos por 20 centavos.

La Habana es la capital de Cuba y la cuna de los mejores tabacos del mundo. Es entonces esperable que este nombre aparezca en muchas marcas para distinguir su calidad. Un ejemplo es el de los cigarrillos HABANEROS, fabricados desde 1905 por La Antillana, de Pedro Varela y Cía., con talleres en 25 de Mayo 60. Los HABANEROS se vendían a $0.20 y existía una versión Especial de 30 centavos el atado. En las publicidades su fabricante[712] resaltaba la calidad del tabaco habano utilizado y destacaba que “los HABANEROS no dan premios, dan calidad”. HABANA BOUQUET, PAN HABANO, LA FLOR DE LA HABANA, HABANETE, H.P. (HABANO PURO), SUD HABANOS, son algunos de los varios ejemplos de marcas en los que aparece la ciudad cubana.



Libras esterlinas y dólares



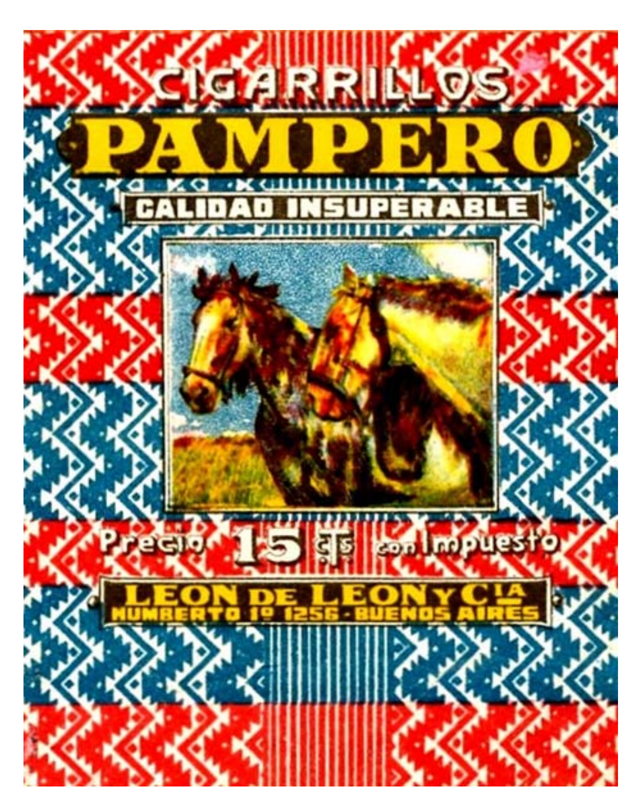
La Cooperativa Tabacalera Nacional Limitada fue una sociedad anónima creada en 1905 con el objeto de dedicarse al comercio de tabacos y la manufactura y venta de cigarrillos.[713] Su capital inicial fue de $120.000 y se dividió en 12.000 acciones. El directorio estaba formado por: Dr. Miguel García Fernández, presidente; P. O. Sloan, vicepresidente; Ernesto P. Orant, tesorero; Emilio Laborde, Andrés Luzio, Pascual Capendeout, José María de Yriondo, vocales; Luis Peluffo, síndico. La gerencia era ocupada por Pedro López. La fábrica estaba ubicada en la calle Buen Orden 1370-78 (Bernardo de Irigoyen desde 1907) de la Capital Federal. Como puede observarse en la publicidad[714] sus marcas principales eran TABACALEROS de 30 centavos, LEY de 20 centavos y UNA ESTERLINA de 10 centavos. Pedro López registró a su nombre las denominaciones comerciales TABACALEROS y LEY en marzo de 1905 y en septiembre del mismo año se inscribió la marca UNA ESTERLINA a nombre de la sociedad anónima.

Para impulsar las ventas de sus productos y recordar la memoria de Bartolomé Mitre, la Cooperativa Tabacalera Nacional lanzó un canje de marquillas por un medallón artístico con el rostro en relieve del ex presidente, realizado por el escultor J. Brodsky. El medallón podía obtenerse con 100 marquillas de TABACALEROS o LEY o con 200 marquillas de UNA ESTERLINA. También había una versión en bronce que se canjeaba por 500 etiquetas de TABACALEROS. La muerte de Mitre, ocurrida el 19 de enero de 1906, fue probablemente uno de los acontecimientos históricos que más se aprovechó comercialmente. En este caso la publicidad anunciando el canje apareció el 10 de febrero, apenas unos días después del fallecimiento de Don Bartolo. Desconocemos hasta cuándo funcionó esta sociedad, pero hacia 1915 la marca TABACALEROS había sido registrada por la Compañía Tabacalera Argentina que renovó los derechos hasta el año 1946, ya en manos de Piccardo y Cía.



En 1915 se habían cumplido 25 años de la Revolución del Parque y un cigarrero de nombre J. Gómez Ortúzar creó una nueva fábrica sobre la calle Humberto 1º 1256, en el barrio de porteño de Constitución. Con gran oportunismo registró a mediados de ese año la marca de cigarrillos INTRANSIGENTES, en versiones de 20, 30 y (al año siguiente) 40 centavos el atado. Según se leía en las publicidades,[715] los atados traían un cheque con valor de dos centavos que se donarían al tesoro de la Unión Cívica Radical. Recordar que al año siguiente se realizarían las elecciones presidenciales y era necesario recaudar fondos para la campaña de Hipólito Yrigoyen, quien finalmente resultaría electo presidente por sobre el Partido Conservador con casi el 50% de los votos. De acuerdo con lo se difundió en la prensa, la marca de cigarrillos INTRANSIGENTES fue muy exitosa y durante el primer mes vendió más de un millón de paquetes, lo que significó para el radicalismo un aporte de 20.000 pesos.

Gómez Ortúzar solicitó además los derechos comerciales sobre las marcas PAMPERO (15 centavos), RÍO DE LA PLATA (20 centavos), TENORIO y MAGALLANES para tabaco. Esta firma surgió en plena guerra comercial entre la C. A. T. y Piccardo y por eso en la publicidad se destaca la frase “no pertenecemos al Trust ni a Sociedades Limitadas”.



La manufactura de Gómez Ortúzar tuvo una vida efímera y desde comienzos de 1917 León de León y Cía. había adquirido tanto las marcas como el local comercial donde funcionaba esta cigarrería.

Según los datos censales de 1895 de León ya ejercía el oficio cigarrero. Había nacido en España en 1868 y estaba casado con la española Dolores Ochart, también cigarrera, con quien tuvo al menos 6 hijos. El domicilio familiar estaba en la calle Europa 2070 (hoy Pedro Goyena) y allí probablemente manufacturaban los productos que vendían por su cuenta o a otras cigarrerías.

León de León continuó la producción de los cigarrillos PAMPERO de 15 centavos que venían en paquete redondo y en su momento lograron un importante éxito de venta. La marquilla que mostramos es del año 1917 y le correspondió el acta de inscripción Nº 56646. Esta firma también vendió los cigarrillos RÍO DE LA PLATA (en versiones de 20, 30 y 40 centavo) que tenían a particularidad de poder encenderse sin usar fósforos. Las primeras patentes para cigarrillos "auto-encendibles" datan[716] de 1882 y consistían esencialmente en cubrir el extremo de los cigarrillos con un material que se encendiera por fricción

Si existió una marca ligada a la moneda inglesa, entonces no podía faltar su equivalente norteamericana. La marca de cigarrillos DÓLAR fue registrada por de León en septiembre de 1917 para las versiones de 20, 30 y 40 centavos. En realidad de León la había inscripto inicialmente en su idioma original como DOLLAR, pero seguramente consideró que la versión en español tendría más aceptación y estuvo en lo cierto.

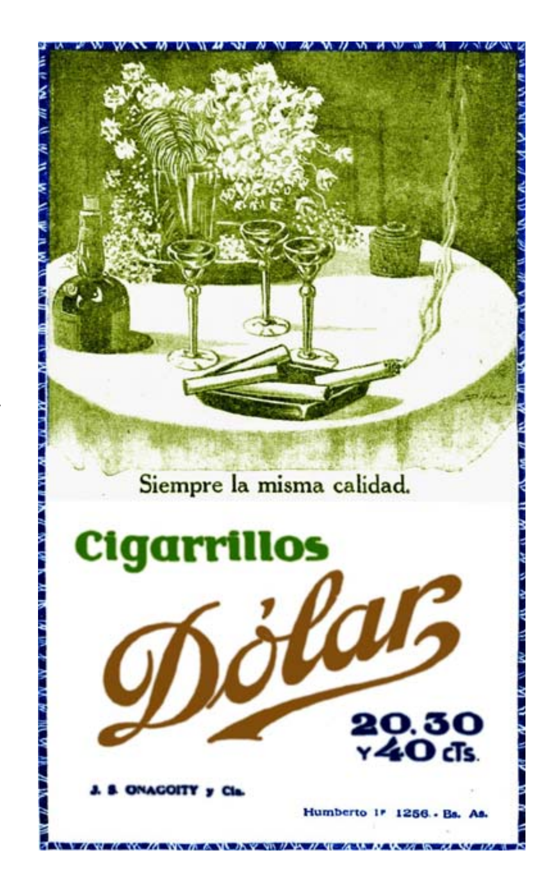
La empresa León de León y Cía. subsistió hasta fines de la década de 1919. Desde comienzos de 1920 sus marcas y activos fueron adquiridos por Juan Simón Onagoity y Cía. que continuó desarrollando las actividades comerciales en el local de la calle Humberto 1º 1256. Onagoity había nacido en nuestro país en 1866, aunque era hijo de inmigrantes franceses. Se casó en 1903 con María Felisa Salaberry, también de ascendencia francesa y con un apellido que estuvo relacionado con el tabaco en la década de 1880, aunque no fue posible constatar si hubo algún parentesco con Pedro Salaberry, dueño de la cigarrería La Esperanza.



Los cigarrillos DÓLAR continuaron vendiéndose en las presentaciones de 20, 30 y 40 centavos, a las que se sumó la variedad EXTRA, también de 30 centavos, de tamaño algo más grande al habitual. La fábrica de Onagoity se auto catalogaba como "fábrica independiente" justamente en una época en la que Piccardo acababa de hacerse cargo de la C. A. T. y prácticamente tenía el monopolio de la industria del cigarrillo en el país.

En 1920 la fábrica de los cigarrillos DÓLAR rememoró el concurso de afiches realizado veinte años

antes por Manuel Malagrida. En esa ocasión se convocó[717] a todos los artistas argentinos y extranjeros con más de dos años de residencia en el país para que tomaran parte de un certamen de afiches con los siguientes requisitos: tamaño de la obra 1.40 x 1.00 metros, formato apaisado, cinco colores para poder realizar impresiones litográficas, contener la leyenda "cigarrillos DÓLAR, 20, 30 y 40 cts." utilizando la tipografía que identificaba a la marca. El total de premios era de $10.000, suma similar a la del Concurso Universal de los cigarrillos PARÍS, muy importante aún luego de dos décadas. Se repartieron $5.000 al primer premio $2000 al segundo, $1000 al tercero, y el resto en dos cuartos premios de $500 y cuatro accésits de $250. El jurado del concurso estuvo compuesto por Pío Collivadino (premiado en el certamen de PARÍS y jurado del concurso de los SIGLO XX), Ernesto de la Cárcova (jurado en los certámenes de PARÍS y CENTENARIO) y el destacadísimo escultor Rogelio Yrurtia (o Irurtia como figura en el aviso original). La fecha límite para tomar parte del certamen fue el 31 de octubre de 1920. No hemos encontrado registro sobre los ganadores del certamen, aunque en los números de *Caras y Caretas* posteriores al cierre del concurso aparecieron varias publicidades con ilustraciones como la que reproducimos.[718]



Otra de las estrategias publicitarias de los cigarrillos DÓLAR fue auspiciar una historieta llamada "Página del Dólar" que apareció desde 1923 en la revista *La Novela Semanal*. Su escritor fue Arístides Rechaín y la tira describía las historias protagonizadas por un matrimonio de color.



La manufactura de Juan S. Onagoity renovó los derechos comerciales sobre algunas de las marcas heredadas de Gómez Ortúzar y de León (como INTRANSIGENTES, PAMPERO, TENORIOS o MAGALLANES), pero introdujo varias marcas nuevas como RÉCORD (1921), FORD (1923) y LOS NUEVOS (1923), en presentaciones de 20 y 30 centavos; CLÁSICOS (1924), SUPERIORES (1924) y COMPETIDORES (1925), en versiones de 30 y 40 centavos y en 1927 los casi centenarios IMPARCIALES en atados de 20, 30 y 40 centavos.

En 1923 los cigarrillos FORD entregaban un vale por cada 50 marquillas para un sorteo de 10 autos (marca Ford, obviamente) a través de la Lotería Nacional. En ese momento la firma contaba con una sucursal en la Av. Mitre 1916 de Avellaneda. La fábrica de Onagoity funcionó al menos hasta 1933, cuando su domicilio ya estaba en la calle Álvarez Thomas 1320.

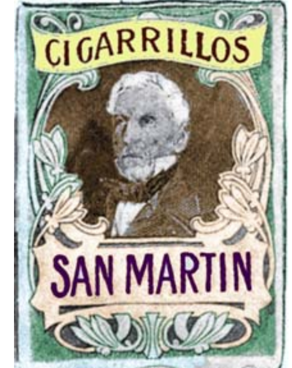
La marca IMPARCIALES, en presentaciones Oro y Azul, comenzó a ser elaborada por Ponce, González y Cía. desde 1934 con domicilio en Bahía Blanca 1427-1445 de la Ciudad de Buenos Aires. En cuanto a los DÓLAR en 1935 los producía la firma de Antonio Hernández, con domicilio en A. M. Cervantes 1637. En 1938 eran elaborados por Antonio Ponce y Cía., con domicilio en Rivadavia 6050. Esta fábrica produjo además los afamados cigarrillos COMBINADOS. Ya en 1950 la marca DÓLAR era producida en formato de tabaco picado y cigarrillos por la antigua fábrica de Manuel Trillo, que funcionó durante muchísimos años en Corrientes 4744. Esta firma incluso adquirió el nombre Dólar como razón social para su empresa y perduró hasta los primeros años de la década de 2010, convirtiendo así a esta denominación en una de las pocas marcas casi centenarias de nuestro país.

Los cigarrillos San Martín

Como tantos otros personajes destacados de nuestra historia, el general José de San Martín también tuvo su propia marca de cigarrillos.



La primera solicitud de registro fue realizada por José León y Cía. en agosto de 1903, aunque hasta donde sabemos nunca la utilizó comercialmente. Recién en septiembre de 1908 y febrero de 1909 Luis Ghiglione Zoppi pidió el uso de la marca para las presentaciones de 20, 30 y 40 centavos. Les fueron asignadas las actas de registro Nº 25470, 25471 y 24279, respectivamente. Las tres variantes de los cigarrillos SAN MARTÍN tenían en la etiqueta el rostro del general joven (20 centavos), montando a caballo (30 centavos) o ya en su ancianidad (40 centavos). La fábrica estaba en la Av. de Mayo 1752 en la Capital Federal, con sucursal en la calle San Luis 1273 de la ciudad de Rosario. Para principios de 1910 el domicilio registrado era Santiago del Estero 1472-76. En 1913 la marca aparece registrada por la C. A. T. y en 1923 y 1934 por Piccardo y Cía.



Los primeros avisos publicitarios aparecieron en la revista *Caras y Caretas*[719] a finales de 1908. Utilizando la misma estrategia que muchas otras marcas del momento, una de las formas de atraer nuevos fumadores era a través de los concursos. Para fines de 1908 se promocionaba el canje de un décimo de la lotería del millón de Navidad por quinientas figuritas de las que venían en los atados de 20 centavos o un mismo número de marquillas vacías de 30 o de 40 centavos. El concurso tuvo un muy buen éxito ya que, según publicó la propia firma, se entregaron más de 110 décimos de la lotería, lo que implica el canje de más de 50.000 cupones y marquillas.

A comienzos de 1909 el premio por los 500 cartoncitos de los cigarrillos de 20 centavos era de un argentino, equivalente a cinco pesos oro. A esta nueva campaña se la promocionaba de la siguiente forma:

¡El camino del millón! ¿Sabe usted dónde empieza el millón? El millón empieza en el centavo.
El yanki ha dicho: cuide usted el centavo que los dólares se cuidan solos.
Nosotros decimos: cuide usted los cartoncitos de los cigarrillos SAN MARTÍN que los argentinos (5 pesos oro) se cuidarán solos.

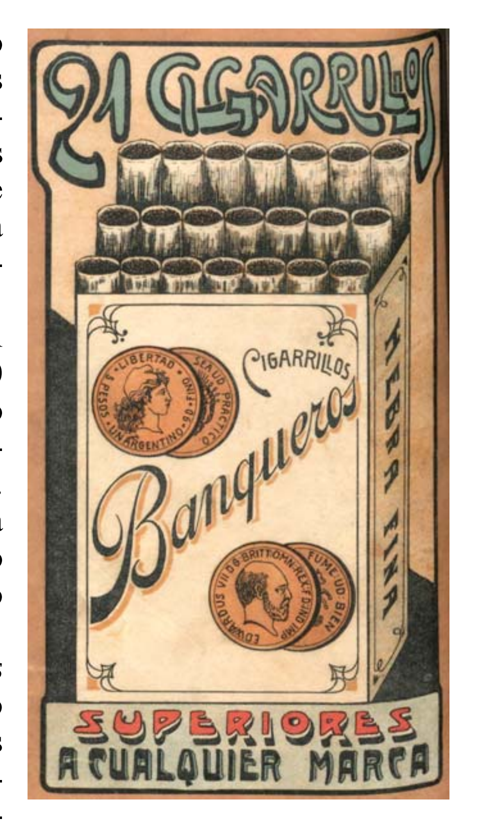
A principios de 1910 la nueva promoción de los SAN MARTÍN consistía en el regalo de terrenos por valor de $60.000 que se sorteaban entre los fumadores que enviaran 5 cartoncitos o 5 marquillas. A los concursantes se les entregaba un número que debía coincidir con el premio mayor de la Lotería Nacional. También tenían premio algunas marquillas que eran firmadas en su interior en forma personal por Luis Zoppi, dueño de la fábrica que producía los cigarrillos SAN MARTÍN.



Finalizamos esta breve reseña de los cigarrillos que recordaron al Libertador de América con la frase, casi risueña por el uso del inglés, que apareció debajo de la ilustración en la que el general comanda su ejército en una de las tantas batallas de la independencia.[720]

San Martín, libertador de América; San Martín, patrono de Buenos Aires; SAN MARTÍN, la mejor marca de cigarrillos; ¡San Martín FOR EVER!

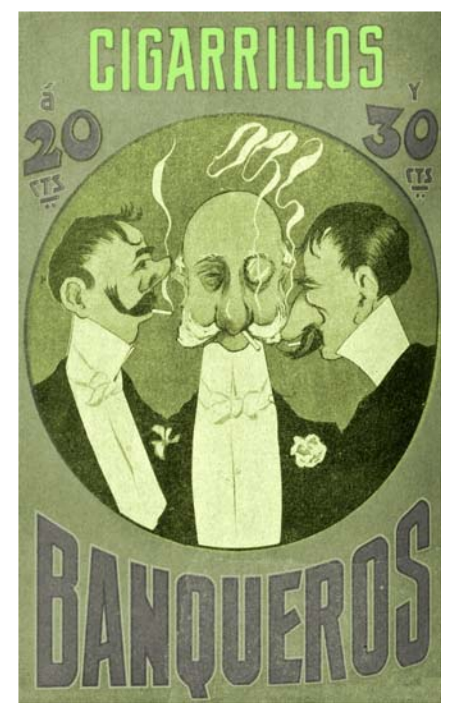
La Habana Industrial



Esta "manufactura eléctrica de tabacos"[721] fue fundada en el año 1904 por J. Simonelli y Cía. con domicilio en la calle Piedras 543 de la Capital Federal. Elaboraba[722] los acreditados cigarrillos BANQUEROS que, a diferencia de la mayoría de las marcas de la época que se presentaban en carteritas de 14 cigarrillos, se vendía en paquetes de 21 cigarrillos por 20 centavos. Existía también una presentación llamada BANQUEROS EXCEPCIONALES a un precio de 30 centavos el atado.

Otra marca que producía La Habana Industrial, en este caso en el segmento de los cigarrillos económicos, era MIL PESOS de 10 centavos el paquete de 21 cigarrillos. La firma también registró las marcas BANDERILLA de 20 centavos (1906) y CARTERITA (1910). En 1910 el nuevo domicilio era O´Brien 237-243. Como la gran mayoría de las tabacaleras con cierto renombre, la firma pasó a manos de la C. A. T. en 1912, luego de haber sido adquirida por la razón social Ulrich, Minuto & Cía. en el año 1905.

La Habana Industrial publicitó sus productos en *Caras y Caretas* desde julio de 1904 hasta octubre de 1905. En ese lapso llevó adelante dos singulares concursos con el fin de incrementar las ventas de sus cigarrillos. El primero fue organizado conjuntamente con la revista (se trató del concurso Nº 7 de *Caras y Caretas*) con un premio total de $1500 dividido en 14 premios menores. Los participantes debían acertar el número que sería premiado en el sorteo de la Lotería Nacional del 30 de julio de 1904. Para tomar parte del certamen había que escribir los datos personales y el número elegido en el dorso de una marquilla de BANQUEROS y remitirla al escritorio de la cigarrería. El concurso tuvo un éxito significativo tal cual lo expresaban sus propios organizadores:



…sólo una marca extremadamente difundida, como es la de los cigarrillos BANQUEROS, podía obtener el éxito alcanzado en un concurso como el que nos ocupa, pues en éste han tomado parte no sólo personas de la capital, sino residentes en pueblos de los más lejanos de la república y del exterior, que han debido mandar sus soluciones en etiquetas vacías de los mencionados cigarrillos, lo que es prueba evidente de que de ellos son consumidores. …

El premio mayor del concurso se repartió entre quienes más se aproximaron al número ganador ya que nadie acertó exactamente el 10168.

El siguiente certamen se realizó al poco tiempo de concluido el anterior y estuvo dotado de $2000 en premios. En esta ocasión se mostraban fotografías de 10 niños y niñas y los concursantes debían adivinar el sexo de cada uno de ellos para hacerse del premio.

El personaje de bigote negro que aparece fumando en el afiche publicado[723] en 1905 posiblemente sea José Figueroa Alcorta, ya que coincide con la época en la que "Jettatore" ocupó la presidencia del país. Los cigarrillos BANQUEROS y MIL PESOS se fabricaron al menos hasta fines de 1918, según puede constatarse en la revista *El Tabaco* con los listados de precios de la C. A. T.

El Dr. Miguel Cané, ¿fue cigarrero?



Acta Nº. 13.958

Julio 23 de 1904. Miguel Cané.

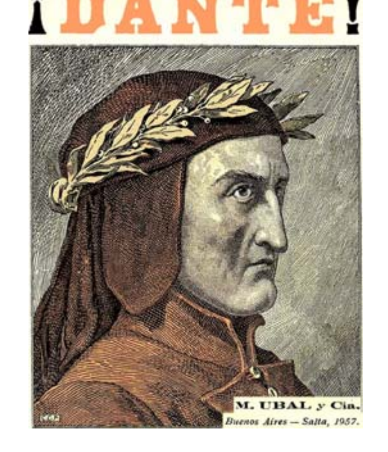
La Manufactura de Tabacos La Pampa, también denominada La Vanguardia, de Miguel Cané, estaba ubicada justo frente a la Plaza del Congreso porteño, en Rivadavia 1631. Elaboraba los cigarrillos PAMPA, que se vendían en carteritas de 10 centavos, y los TRÉBOL a 20 centavos el paquete. Entre los años 1904 y 1907 Miguel Cané registró además las marcas PACÍFICOS de 10 centavos, SION de 20 centavos, PATRICIOS y PAN DEL POBRE. No fue posible hallar datos concretos sobre el fundador de la tabacalera La Pampa, aunque su apellido y su nombre tienden a hacernos pensar en el escritor, abogado y político argentino, el Dr. Miguel Cané. Creemos que es poco probable que se trate del autor de *Juvenilia*, fallecido en el año 1905, aunque Cané tuvo tierras en el noreste del territorio de La Pampa. En 1908 sus hijos Miguel Ramón (abogado especializado en derecho militar) y Sara Florencia remataron estos campos por para fundar la localidad de Miguel Cané, en honor a su padre. Resulta sugestiva la coincidencia del nombre de la fábrica con los lazos pampeanos de la familia Cané, pero no hay otros indicios que liguen al escritor o a sus descendientes con la industria del tabaco.



Por otro lado, la manufactura también tuvo el nombre La Vanguardia. Sería por demás extraño que Cané, uno de los máximos exponentes de la burguesía conservadora argentina, le hubiera puesto a su manufactura el mismo nombre que el del principal periódico socialista y fuerte defensor de la clase trabajadora, creado por Juan B. Justo en 1894.

Según los datos censales y de nacimientos de fines del siglo XIX, había al menos una decena de personas llamadas Miguel Cané (y también Cane) viviendo en la Argentina en esa época. Sin embargo, en la ciudad de Buenos Aires hallamos solo a otro Miguel Cané que podría ser el propietario de la fábrica. Nació alrededor de 1850 y estaba casado con Adelina Lüchter con quien tuvo 4 hijos, uno también llamado Miguel (Ángel). En el censo de 1895 se declara comerciante. Su domicilio en 1887 era Rivadavia 1094 y hacia 1905 lo encontramos en B. Mitre 2169, en ambos casos a unas pocas cuadras de la ubicación de la cigarrería. Estos datos lo apuntan como el posible dueño de La Pampa/La Vanguardia.

Loureiro, Ubal y Cía.



Desde 1895 aparece el registro de la marca DANTE a nombre de Loureiro Ubal y Cía. Así escrito, sin una coma o guión que separe los nombres, parece tratarse de alguien de nombre Loureiro y apellido Ubal. Sin embargo, creemos que en realidad se trató de a asociación entre dos tabaqueros que utilizaron sus apellidos para denominar a la cigarrería. Ya mencionamos que Antonio Loureiro inició su actividad como cigarrero en la década de 1870 y que continuó hasta fines del siglo XIX. Por otro lado creemos que su socio puede haber sido Manuel Ubal, un inmigrante uruguayo nacido en 1862 y que hacia 1895 se dedicaba al rubro del comercio en la ciudad de Buenos Aires. La cigarrería probablemente haya sido fundada a fines del siglo XIX y según los registros que aparecen en el libro de Domenech era una "gran fábrica de cigarros puros que daba ocupación a unos 200 obreros".

En 1897 la fábrica funcionaba en la calle Rivadavia 938, pero tuvo varios domicilios diferentes en un lapso de tiempo relativamente corto. En una publicidad[724] aparecida en *Caras y Caretas*, se informa que los cigarrillos DANTE se lanzaron al mercado en 1903. Eran vendidos en carteritas de 20 centavos y fueron inicialmente fabricados por Loureiro, Ubal y Cía. en la calle Piedad 2381 (a unas cuadras de Plaza Miserere). Estaban elaborados con puro tabaco habano traído directamente de las vegas de don Pedro Murias en Cuba. Para acreditar la marca se incluían en los paquetes décimos para el sorteo de la Lotería del Millón de la navidad del año 1903. También se ofrecía canjear las figuritas que traían los atados por fracciones de billetes de los sorteos de la Lotería Nacional. En los años siguientes la compañía solicitó el registro de las marcas ESPAÑA, QUEVEDO y DUM-DUM. En la misma dirección de Piedad 2381 se produjeron los cigarrillos VENTEVEO, que presumimos también fueron comercializados por la fábrica Loureiro, Ubal y Cía.





Desde fines del año 1902 el apellido Loureiro desaparece de la razón social y la firma se convierte en M. Ubal y Cía., ahora con domicilio en la calle Salta 1957, en la zona de Constitución, sucursal en Bolívar 135 (a metros de la Plaza de Mayo) y depósito en Maipú 93. Además de renovar los derechos sobre DANTE, Ubal inscribió las marcas VEINTIUNO (en paquetes conteniendo 21 cigarrillos) y CIMARRÓN, ambas de 10 centavos.

Los cigarrillos balsámicos de la manufactura Dupré



Los indicios que hemos hallado sugieren que Juan y José Antonio Dupré eran de la misma familia, quizás hermanos, nacidos en Italia en 1857 y 1858, respectivamente. Los Dupré aparentemente comenzaron con la actividad tabaquera en sociedad con Juan J. Hevía, un comerciante español con quien comercializaron la marca LA SUERTE desde 1895.
Los primeros registros en los que Juan y José Antonio Dupré aparecen en las guías comerciales como cigarreros independientes son de 1897, con local de venta al público en la calle San Martín 274-278. Su fábrica se denominó La Alianza y en las marquillas aparece una mujer en cada una de las Américas (Norte y Sur) estrechando sus manos como símbolo de unidad. A partir de 1899 encontramos a Juan Dupré en Maipú 288, desde 1900 en Maipú 443 y por 1907 en Chacabuco 341. José Antonio figura en el año 1905 en Bogotá 3503, para luego mudarse a Bartolomé Mitre 700, esquina Maipú, en 1908 y a Cuyo (Sarmiento) 321 en 1910. Desde 1910 La Alianza formó una sociedad con otro tabaquero de apellido Lenz y continuó comercializando sus productos al menos hasta 1922. Además de producir sus propias marcas, la firma era agente exclusivo de la Regia Francesa. Traía del exterior tabacos y cigarrillos MARYLAND, CAPORAL, CAPSTAN, THREE CASTLES, GLASGOW, PIONEER, TRAVELLER, HALIL, CULÉ, TOTO, etc. Importaba los cigarros HONG KONG PLUMITA con filtro antinicotínico desde Suiza, LA RESTINA y PORTO RICAN POLULARS desde Puerto Rico y papeles de Jaramago SIN RIVAL y otras marcas para armar cigarrillos. También traía desde Europa artículos de cigarrería como pitos, boquillas etc.



La manufactura Dupré registró en 1897 la marca SIN HUMO, al año siguiente BALSÁMICOS armados y para armar, en atados de 20 y 30 centavos. Según el fabricante se trataba de cigarrillos balsámicos, elaborados con tabaco extra, sin nicotina ni opio y envueltos en un higiénico papel de eucaliptus. Al igual que muchas otras marcas de la época, los atados traían colecciones de figuritas que podían canjearse por dinero en efectivo. Los cigarrillos de 20 centavos incluían una figurita con 25 imágenes distintas de mujeres y 50 de hombres que, una vez completada la colección, podían canjearse por $10 o $20, respectivamente, y la primera persona que llevara una colección completa obtendría $200. En algunas publicidades[725] de 1900 se anunciaba que cada fumador tenía derecho a 10.000 varas cuadradas de terreno, por lo que, hasta donde hemos podido recabar, esta fue la primera fábrica en ofrecer este tipo de premio a sus favorecedores. También se les daba un ejemplar gratuito de los periódicos *La Prensa*, *La Nación*, *El Diario* o *El Tiempo* a quienes compraran los cigarrillos BALSÁMICOS o SIN HUMO en el local de la firma o en las cigarrerías de José M. Silva (Cangallo y San Martín) o M. Rivero (Piedad 512).
Otros cigarrillos de relativo éxito elaborados por Juan Dupré fueron los ELEGANTES de 20 centavos, en la calle Maipú 443 y los STOP (en Maipú 288) que traían series de figuritas con ilustraciones de marineros.



Selección temática de marcas

Desde fines del siglo XIX un enorme número de emprendimientos tabaqueros terminaron solo en un buen intento. Algunas cigarrerías lograron un éxito efímero, pero por diversos factores sus marcas cayeron en el descrédito y el negocio desapareció o terminó en manos de otra firma con mayor poder económico. Poco y nada se ha conservado de estas modestas tabaquerías. En unos pocos casos algunas de sus etiquetas han sobrevivido hasta nuestros días, pero la mayoría de las veces solo sabemos de ellas por alguna publicidad aislada en revistas o diarios de la época o alguna inscripción en la Oficina de Patentes y Marcas. Y del resto lo único que ha quedado es el registro del nombre del propietario y la dirección de su fábrica.
Para recordar a estos ilustres desconocidos presentamos a continuación una selección de etiquetas y publicidades. Como ya mencionamos, en muchos casos no existe información disponible sobre los datos de los fundadores ni las fechas en las que funcionó la compañía. Por eso solo nos limitaremos a exponer el material gráfico y a añadir un breve comentario, cuando sea pertinente.
Comenzamos con una marquilla correspondiente a la Cigarrería del Medio Día, Fábrica Nacional de Tabacos, Cigarros y Cigarrillos. En este caso no hay mayores datos sobre el nombre del dueño de la fábrica (más allá de las iniciales R. A. o A. R. que aparecen en la parte superior), ni de la ciudad en donde estaba localizada. Solamente sabemos que los cigarrillos DEL MEDIODÍA, elaborados con tabaco paraguayo fuerte, son previos a la implementación de la ley de Impuestos Internos de 1896 ya que el precio no está impreso en la etiqueta.



Si hubo cigarrillos alusivos al Dante, también era esperable que existieran los que recordaban a Cervantes. Esta marca era elaborada por Pacheco y Cía. con domicilio en la calle Cerrito 35. Además de los CERVANTES de 20 centavos, la firma fabricaba los cigarrillos JUNCALES de 30 centavos y los 10 CENTAVOS que se vendían al precio que su nombre indica. Los primeros avisos de la empresa Pacheco y Cía. aparecieron en *Caras y Caretas* a mediados de 1899 y continuaron hasta marzo de 1900. La ilustración del Quijote es obra de Eduardo Sojo, quien firmaba sus obras como Demócrito y justamente fue el fundador de la revista de humor político *Don Quijote*. Entre 1913 y 1929 la marca CERVANTES fue inscripta por siete firmas distintas en la clase 21 correspondiente a tabacos, cigarros, cigarrillos y artículos para fumadores. A comienzos de 1904 la marca de cigarrillos JUNCALES era fabricada por Carlos Romero y Cía. Hacia 1909 Juan Canter, de La Sin Bombo, presentó la solicitud de registro para esta marca, que luego fue renovada por la C. A. T. y por Piccardo. También hubo una marca de cigarros JUNCALES que se vendían a 15 centavos la unidad y eran importados por la firma Schelp y Schelp.



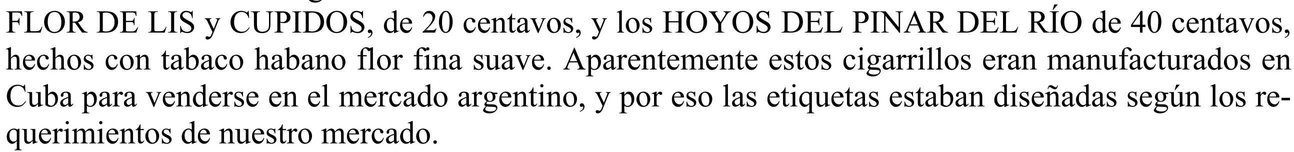
La elección del nombre para cualquier marca comercial suele ser uno de los factores determinantes en el éxito del producto. A diferencia de lo que sucede actualmente, en donde se utilizan mayormente nombres de fantasía o en otros idiomas, a principios del siglo XX las marcas tenían un significado concreto, en general asociable con el segmento social al que iba destinado el producto. Marcas como DELICADOS. LEALES, FLOR DE LIS, ELEGANTES, HERALDOS, EDÉN o CAMPEÓN, resaltan la distinción del cigarrillo ya sea a través de una cualidad o de la identificación con símbolos destacados.

Al comercio y á todo el pueblo de la República
Llamamos la atención de la nueva marca de cigarrillos DELICADOS
que hemos lanzado á la venta á 20 centavos el paquete
Compañía Americana de Tabacos.

La Compañía Americana de Tabacos, con domicilio en la calle Talcahuano 262, elaboró a partir de 1903 los cigarrillos DELICADOS de 20 centavos. Esta marca fue lanzada con una gran campaña publicitaria en diarios y revistas,[726] que otorgaba $50 de premio a los fumadores que presentaran series completas de 50 cartoncitos o diversos premios por series incompletas de 200 o más papelitos. Algunos de los atados también contenían décimos para el sorteo de la lotería del millón de 1904. En el año 1931 tenemos registro de otra tabacalera con el mismo nombre domiciliada en Potosí 4237.

Los cigarrillos LEALES especiales de 30 centavos el paquete eran fabricados por la firma Ganduxér, Zubiaurre y Cía. en la calle Carlos Calvo 1459, de la Ciudad de Buenos Aires. Según se menciona en la propia marquilla esta manufactura, especializada en la elaboración de cigarrillos finos, había sido fundada por dos ex-empleados de la firma Piccardo (quienes, después de todo, resultaron ser no tan leales). En el pie de imprenta aparece el nombre de la litográfica Wiebeck y Turtl con domicilio en O´Brien 121. La marca fue registrada en diciembre de 1913 en versiones de 20 y 30 centavos.

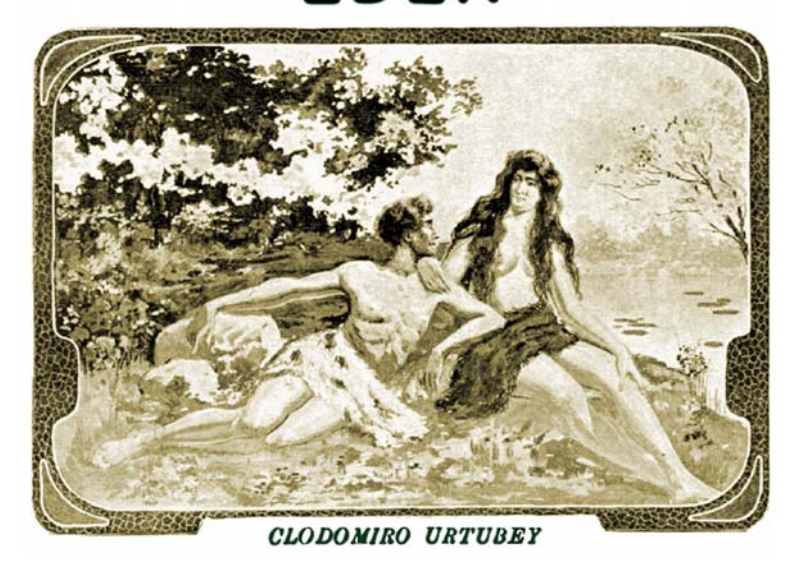
La Exposición Napoleón, con sede en la calle Rivadavia 1097 de Buenos Aires, se dedicaba principalmente a la venta de cigarros importados de Cuba, aunque también comercializaba cigarrillos. En algunas publicidades[727] aparecidas en el año 1905 encontramos las marcas de cigarrillos elaborados con tabaco habano FLOR DE LIS y CUPIDOS, de 20 centavos, y los HOYOS DEL PINAR DEL RÍO de 40 centavos, hechos con tabaco habano flor fina suave. Aparentemente estos cigarrillos eran manufacturados en Cuba para venderse en el mercado argentino, y por eso las etiquetas estaban diseñadas según los requerimientos de nuestro mercado.



Las marcas de cigarros de La Habana que comercializaba la Exposición Napoleón eran numerosas e incluían nombres como JÚPITER. CÓNSUL, PINAR DEL RÍO, SOBERANOS, GUAJIRA, HIGH LIFE, REINA VICTORIA, REGALES, CHARUTOS NAPOLEÓN, PRINCESITAS, ALEJANDRO, GLORIA, LOTERÍA, FOREVER, MEXICANOS, ROMANAS, PICKPOCKET, LA FAMA, TITUS. Los precios variaban según el tamaño y la calidad del tabaco empleado entre 5 y 40 centavos la unidad. Para aumentar sus ventas la Exposición Napoleón ofrecía incentivos a los compradores de sus productos. Por ejemplo incluía en la revista *Caras y Caretas* cheques de $1 que se descontaban en las compras de más de $5, o entregaba un billete de un quinto para el sorteo de la Lotería Nacional si el valor de la compra alcanzaba los $5. También ofrecía envío gratuito a todas las compras que superaran los diez pesos y garantizaba la devolución del dinero a los compradores que no quedaran satisfechos con la calidad del producto que habían adquirido.



CIGARRILLOS
EDÉN



Los cigarrillos EDÉN se comercializaban en dos variedades, los Nº 1, fabricados con habano puro, tenían un precio de 30 centavos y los Nº 2, con mezcla de tabacos habano y bahía, costaban 20 centavos el atado. La publicidad[728] que presentamos es de fines de 1899. Allí se aprecia el nombre Clodomiro Urtubey (1840-1902), dueño de la firma que vendía los EDÉN, con domicilio en la calle Rivadavia 620. Urtubey[729] fue un destacado marino argentino que luchó en la Guerra entre la Confederación Argentina y el Estado de Buenos Aires y en la Guerra de la Triple Alianza. Fue fundador y primer director de la Escuela Naval Militar.

Luego de su retiro en 1895 se dedicó con éxito al comercio de venta de tabacos al por mayor en Buenos Aires, en donde ejercía la representación de una casa de tabacos con sede en Cuba, incluyendo la venta de la marca EDÉN. En honor a su destacada actividad militar llevan su nombre una calle del barrio de Belgrano, una escuela en el barrio de La Paternal y una calle en la ciudad de Valeria del Mar.

Si bien su actividad en el rubro del tabaco fue más bien breve y no demasiado importante, el nombre de Clodomiro Urtubey puede agregarse al de Manuel Méndez de Andés en la lista de tabaqueros con calle propia.



La manufactura de tabacos cigarros y cigarrillos La Platense de M. Cassain y Cía. (probablemente su nombre haya sido Martín y haya tenido ascendencia francesa) comenzó a elaborar cigarrillos al menos desde 1903, cuando registró la marca FLIRT. También inscribió los nombres VALOR (1904) y LA PLATENSE (1905), aunque la marca CAMPEÓN, inscripta el 07 de julio de 1904 en sus variedades de 20, 30 y 50 centavos el atado, fue la que tuvo más aceptación entre los fumadores y mayor volumen de ventas.

La fábrica La Platense estuvo ubicada originalmente en la calle Patagones 34 (actual Dr. Enrique Finochietto) en el barrio porteño de Barracas, y se mudó luego a un par de cuadras hasta General Hornos 143, casi frente a la estación Constitución.

Las publicidades[730] de la empresa de Cassain aparecieron en las revistas *Caras y Caretas* y *Pebete* desde 1905 a 1907. Los cigarrillos de 50 centavos eran de los más caros del mercado y se los ofrecía como una alternativa a los habanos en situaciones en las que no había tiempo suficiente para fumar un cigarro completo. Según datos de la propia empresa, a mediados de 1906 la venta mensual de los cigarrillos CAMPEÓN de 50 centavos alcanzaba la nada despreciable cantidad de 85.000 paquetes.

Los cigarrillos HÍPICOS de 20 centavos la carterita, eran manufacturados por la fábrica La Antillana de Francisco Gomila en San Juan 3465-67, con depósito en Maipú 9, de la ciudad de Buenos Aires. Gomila había nacido en España en 1867 y se casó con la uruguaya María Jacoba Martínez. En el acta de bautismo de uno de sus hijos en 1898 hallamos que Ignacio Puigcorbé, el padrino, era quien estaba domiciliado en San Juan 3465. A este cigarrero lo registramos al menos desde 1894 con local en la calle Entre Ríos 479. En 1901 Gomila registra la marca CICLISTAS, que se fabricaban en carteritas de 10 centavos en Cochabamba 3099, a solo unas cuacuadras de San Juan 3465.

En la etiqueta de los cigarrillos HÍPICOS puede leerse el siguiente texto:

"*Estos cigarrillos, preparados por un secreto procedimiento, pueden fumarlos las personas más delicadas de salud, por estar neutralizada la nicotina en sus efectos tóxicos. Los cigarrillos HÍPICOS son de aroma exquisito por su preparación especial que elimina al tabaco todo lo malo, aumentándole sus buenas cualidades naturales*".

Evidentemente ya existía conciencia del daño causado por fumar y los fabricantes ensayaban estrategias para persuadir a los fumadores de la inocuidad de sus productos.

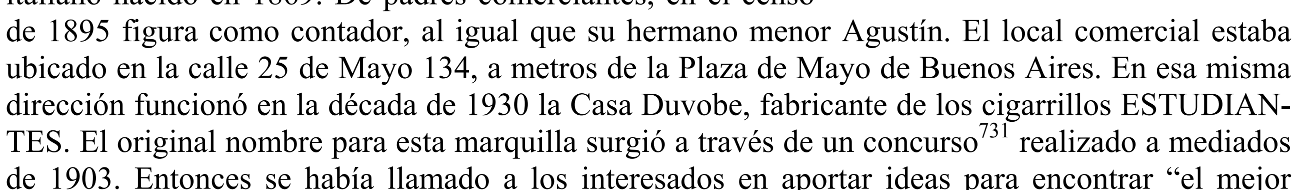
El término batacazo proviene del lunfardo rioplatense y se utiliza cuando se produce el triunfo impensado de un caballo que gana una carrera otorgando un gran dividendo a los apostadores. Por extensión de aplica a cualquier otro triunfo o suceso afortunado y sorprendente.

Los cigarrillos BATACAZO, de 20 y 30 centavos el paquete, eran fabricados por Vignale y Cía. en la calle Chile 725, en el límite entre los barrios porteños de Monserrat y San Telmo. La marca fue registrada el 04 de junio de 1904 y es la única que hemos hallado a nombre de esta compañía.

No existen mayores datos sobre estos cigarrillos ni sobre su fabricante, por lo que se desconoce hasta qué fecha estuvo funcionando la fábrica. Muy probablemente se trató de un emprendimiento familiar que duró unos pocos años.

A diferencia del caballo ganador que aparece en la ilustración de la marquilla, los cigarrillos BATACAZO nunca alcanzaron el éxito por sorpresa que su nombre presagiaba.





Para finalizar con esta selección de pequeñas manufacturas de cigarrillos, presentaremos aquellas cuyas marcas estaban asociadas con distintos objetos, nuevas tecnologías, hechos históricos, expresiones y hasta obras literarias.

Los cigarrillos PUNTO Y COMA de 20 centavos eran elaborados por Vicente Borgato y Cía., un inmigrante italiano nacido en 1869. De padres comerciantes, en el censo de 1895 figura como contador, al igual que su hermano menor Agustín. El local comercial estaba ubicado en la calle 25 de Mayo 134, a metros de la Plaza de Mayo de Buenos Aires. En esa misma dirección funcionó en la década de 1930 la Casa Duvobe, fabricante de los cigarrillos ESTUDIANTES. El original nombre para esta marquilla surgió a través de un concurso[731] realizado a mediados de 1903. Entonces se había llamado a los interesados en aportar ideas para encontrar "el mejor nombre para una marquilla de cigarrillos" que iba a ser fabricada por la firma con tabaco habano extra de la mejor calidad. Los dos ganadores del concurso, que remitieron el nombre en sociedad dentro de una misma carta, recibieron un premio de $500 por su original y sugestiva propuesta.

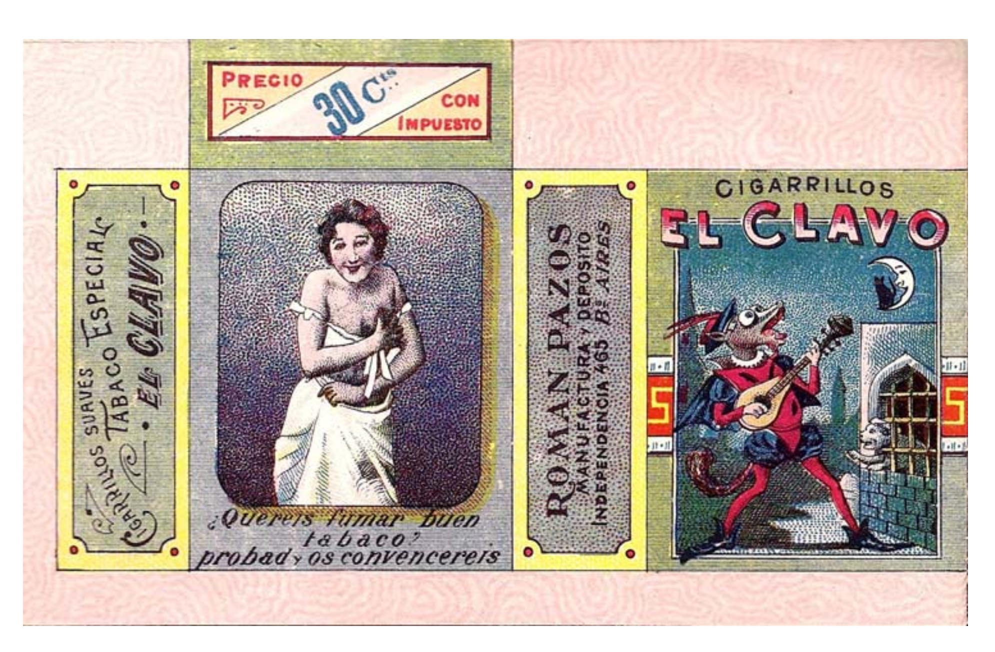


Los atados de los cigarrillos PUNTO Y COMA traían una medallita o ficha de metal que se podía canjear por diversos premios. Por ejemplo por 20 a 80 medallitas se podían obtener juguetes; por 100, un anillo de oro; por 150, aros de oro y así siguiendo con alfileres, prendedores, cigarreras, relojes y hasta un viaje a Europa a quien presentara la colección completa de figuritas que también traían los atados de PUNTO Y COMA. Hasta donde conocemos esta fue la única marca fabricada en nuestro país cuyo nombre no contiene letras ni números. La fábrica de Borgato también registró la marca PITILLOS REALES de 40 centavos en el año 1903.



La expresión del lunfardo rioplatense "tome y traiga" se usaba popularmente para designar tanto al guarda de los tranvías como al expendedor de boletos. Buenos Aires fue la primera ciudad en contar con un servicio de tranvías a caballo desde fines de la década de 1860. La expresión también se aplica en los casos en los que se produce un intercambio de cosas o ideas en forma inmediata.

G. B. Podestá y Cía. consideraron que el nombre TOME Y TRAIGA era apropiado para una marca de cigarrillos y comenzaron a fabricarla en atados de 30 centavos en los talleres que la compañía tenía en la calle Corrientes 1266. La marquilla es aproximadamente de principios de la década de 1910.



Román Pazos fue probablemente un inmigrante español nacido en 1865, que según el censo de 1895 se dedicaba al rubro del comercio. La maunfactura y depósito de tabacos en la que trabajaba estaba situada en la calle Independencia 465 del barrio porteño de San Telmo. En los inicios del siglo XX Román Pazos elaboraba los cigarrillos suaves EL CLAVO de 30 centavos el paquete, fabricados con tabaco especial.
El nombre de la marquilla fue tomado de la novela homónima del escritor español Pedro Antonio de Alarcón de mediados del siglo XIX, en la que una dama es encarcelada por haber asesinado a un hombre con un clavo en el cráneo. La mujer confiesa al juez que la estaba investigando haber cometido el hecho por amor. La ilustración de la marquilla, con el zorro cantor y la oveja en una celda, alude al momento de la novela previo a la fallida ejecución de la protagonista. Como era habitual en varias firmas de esa época, se incluía el grabado de una mujer con poca ropa con la esperanza de lograr atraer la atención de los consumidores.

Las Tres Ratas es el nombre de una novela escrita por el ecuatoriano Alfredo Pareja Diezcanseco.



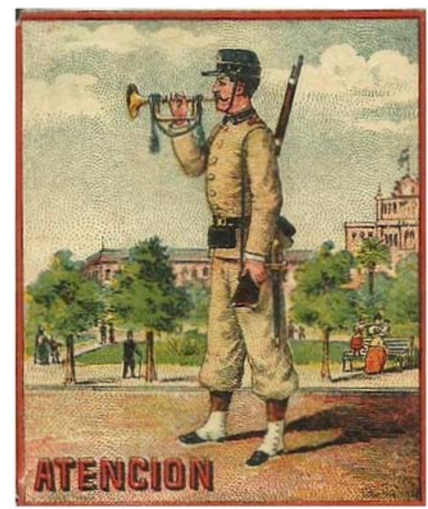
6189—Tres Ratas, para cigarros, cigarrillos, tabacos, comestibles, bebidas, ferretería, etc.; Eloy y Comombatti 1897-06-01

En su obra se describen las situaciones que atraviesan tres hermanas que gozaban de un buen pasar en el campo, pero la muerte de su padre y la pérdida de toda la hacienda las lleva a tener que aprender a sobrevivir por sus propios medios.
TRES RATAS también fue el nombre de la marca de cigarrillos registrada por Eloy y Comombatti (probablemente Colombatti) el 01 de junio de 1896 (acta Nº 6189). En la etiqueta aparecen tres mujeres, presumiblemente las tres hermanas que protagonizan la novela de Pareja Diezcanseco.
Sin embargo, la obra literaria fue escrita en 1944, casi 50 años después de que los cigarrillos salieran a la venta en nuestro país…
El nombre, en realidad, se refiera a las bailarinas del ballet de la Ópera de París, con más de 350 años de historia.
La marquilla es casi idéntica[732] a la fabricada por la Compañía Sud-Americana de Tabacos en Chile alrededor de 1898, aunque en la versión argentina no aparece el pie de imprenta debajo del calzado de la bailarina que está del lado derecho, que sí se distingue en la chilena.

La hermosa marquilla de los cigarrillos MARINOS era fabricada por Vicente Ramos con dodomicilio en la calle Jujuy 423-25, barrio de Balvanera, y sucursal en la calle Lima 1713. La carterita de 20 centavos reproduce una escena de un tranquilo paseo acuático.

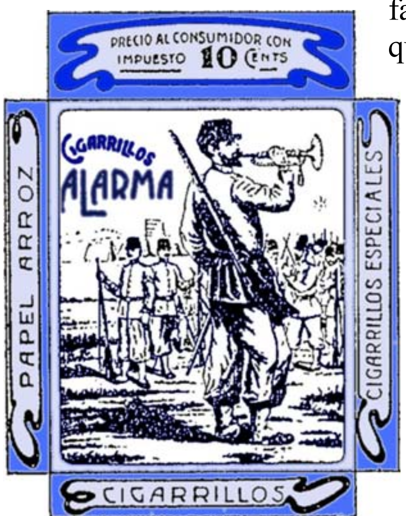
La marquilla fue registrada el 15 de noviembre de 1901 y esta fábrica tenía la particularidad de incluir en el interior de los paquetes números que luego se premiaban, según el extracto de la Lotería Nacional, con montos de hasta un centésimo del premio otorgado por el sorteo estatal. Según se publicita en la propia etiqueta los concursos entregaban la enorme suma de $200.000 en premios.

En junio de 1902 Ramos solicitó los derechos sobre la marca MODELO de 20 centavos la carterita.



6489—«Atención», para distinguir cigarrillos, Ramón Burgos y Compañía.
1897-09-01

El fragmento de la marquilla de los cigarrillos ATENCIÓN data de fines del siglo XIX. En efecto, la marca fue inscripta en La Oficina de Patentes y Marcas el 01 de septiembre de 1897 por Ramón Burgos y Cía. El toque de atención es uno de los muchos toques reglamentarios militares para las armas de Infantería, Caballería y Artillería que se ejecutan con corneta o clarín y son medios de mando que suplen las órdenes a viva voz. En particular, el toque de atención precede a cualquier otro toque para que se esté alerta de lo que se ordenará a continuación.



Ya mencionamos que Emilio Pujal elaboró en 1907 en la ciudad de Córdoba los cigarrillos ALARMA, que se vendían en carteritas de 10 centavos, también relacionados con los toques reglamentarios militares. Tenían un diseño muy similar a los ATENCIÓN.

A lo largo de este libro citamos muchas marcas relacionadas con el quehacer militar. A las ya presentadas podemos agregar unas pocas más: RATAPLÁN (Vicente Ramdo, 1902), GRUMETE (Ortega y Cía. - La Habana Industrial, 1902), TRES SARGENTOS (José Sacchero, 1909), LEGIÓN DE HONOR (Enrique Linares, 1916) y AVIADOR (Antonio Civinelli, 1919).

Alberto L. Linares y Enrique D. Linares tuvieron una cigarrería en la calle Rivadavia 3119, a una cuadra de la Plaza Miserere. Hemos hallado marcas registradas por esta firma desde 1914 hasta 1919, así que se sabe que al menos en ese período estuvo activa la tabaquería. Alberto Linares había nacido en Montevideo en 1868 y estaba casado con Enriqueta Baudim, natural de Francia. En el censo de 1895 ya vivía en Buenos Aires y declaraba como oficio el de cigarrero.



Los cigarrillos 9 DE JULIO de 20 centavos fueron registrados el 06 de julio de 1916, unos días antes del centenario de la Independencia. Previamente, a fines de 1914, Alberto Linares inscribió la marca REY ALBERTO, recordando a Alberto I de Bélgica (1875-1934) y mostrando algo de vanidad. Los Linares anotaron también la ya mencionada LEGIÓN DE HONOR en 1916 e IGUAZÚ en 1919.

Ya mencionamos los hechos históricos que acontecieron el 26 de julio de 1890 y que fueron conocidos como la Revolución del Parque. Evidentemente estos sucesos marcaron un punto de inflexión en la historia argentina, que fue muy utilizado por numerosos cigarreros. La marca de más éxito entre las que recordaron a este hecho histórico fue la ya citada REVOLUCIÓN, de Francisco Bernárdez. Entre las de menor repercusión encontramos a LOS DEL 90, fabricada desde 1912 por Manuel Parallé y Cía. en la calle Carlos Calvo 1732 de la Ciudad de Buenos Aires. Estos cigarrillos se vendían en carteritas de 14 cigarrillos por 20 centavos.



Manuel Parallé anotó su primera marca, los cigarrillos MASCOTA de 20 centavos, en el año 1901. Su cigarrería estuvo ubicada inicialmente en la calle Ayacucho 26-38, cercana al Congreso de la Nación. La compañía registró en 1912 las marcas LOS DEL PARQUE y LOS DEL PARQUE DE ARTILLERÍA, también relacionadas con la revolución de 1890.

Parallé parecía simpatizar con la Unión Cívica tal cual se infiere de la solicitud de inscripción de los nombres 26 DE JULIO DE 1890 y 4 DE FEBRERO DE 1905. Este último está relacionado con la revolución radical de 1905, liderada por Hipólito Yrigoyen contra el gobierno de Manuel Quintana, reclamando elecciones libres y democráticas.

Los últimos registros de la compañía de Parallé son del año 1914 cuando inscribió la marca MISTERIO para tabaco entrefino en paquetes de 100 gramos a $3 el kilogramo. Como Héctor Bozetti solo la había registrado para cigarrillos, la Compañía Nacional de Tabacos tuvo que esperar 10 años hasta que vencieran los derechos de Parallé y recién en 1925 realizó el registro de la marca MISTERIO para tabacos elaborados.

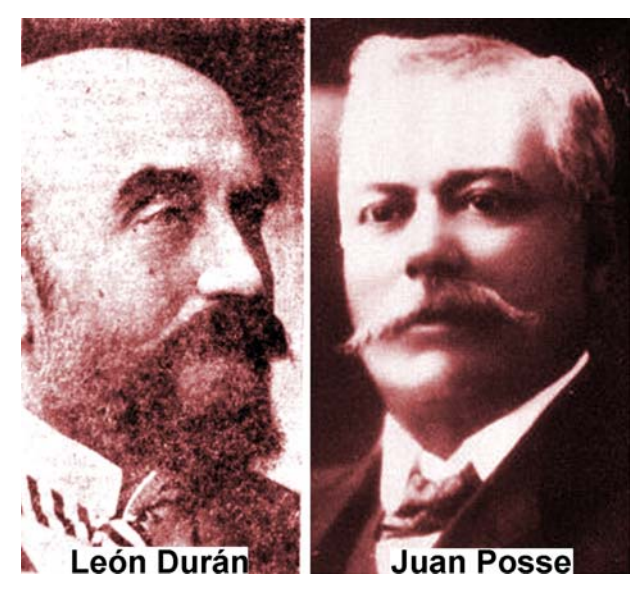
Existen muchas marcas cuyas etiquetas lamentablemente no han sobrevivido hasta nuestros días y solo sabemos de ellas por la inscripción en la Oficina de Marcas o por alguna publicidad. Finalizamos este capítulo con una muy breve y arbitraria selección de imágenes tomadas, en su mayoría, del Boletín Oficial. Tener en cuenta que hasta 1910 hay catalogadas alrededor de 400 fábricas con al menos una marca conocida, por lo que es imposible incluirlas en este limitado espacio.



LA ELÉCTRICA, M. Suárez (1897)	SELECTOS, Augusto Despouy (1901)	EXPRESOS, Vicente García-La Esperanza (1901)	MÚSICA, Pascual Dematteo (1901)
COMETA, Cía. de Cigarreros Unidos (1901)	FEDERACIÓN, Mascort y Jaquet (1902)	MONTENEGRO, José Bracco (1902)	EL 7, Domingo Folco (1903)
EL DESCANSO, Palmero, Ricci y Edelman (1903)	FOOTBALL, Antonio Gilensich (1903)	CHICHE, López Hermanos (1903)	COMEDIA, Enrique Aldabe (1905)
ALUMNI, Nicanor Newton (1905)	OPORTO, José V. Rita (1905)	PROTESTA, José Galán (1905)	LABOR, José Loureiro (1907)

ALGO MÁS QUE CIGARRILLOS

La competencia desleal entre las fábricas


León Durán   Juan Posse

Como ya hemos visto, hacia fines del siglo XIX había en Buenos Aires al menos una decena de grandes manufacturas de tabaco que competían por el mercado de fumadores. A comienzos de la década de 1880 La Popular, de Juan Posse, ya era una reconocida elaboradora de tabacos y cigarrillos, con ventas crecientes que desafiaban la supremacía que ostentaba la fábrica La Proveedora de Manuel Durán. La Popular siempre se especializó en cigarrillos de tabaco negro, pero en 1883 comenzó a incursionar en el mercado del cigarrillo colorado, lo que aparentemente alertó a sus competidores directos. Las ventas de la empresa de Posse subieron hasta los cuatrocientos mil paquetes mensuales entre ambas variedades de tabaco, pero repentinamente empezaron a notar una notable disminución en la demanda, especialmente en los cigarrillos colorados. La fábrica decidió bajar en un 40 por ciento el precio de esta variedad a fin de volver a impulsar la demanda. Las ventas comenzaron a recuperarse, pero al poco tiempo la demanda cayó nuevamente, no solo del cigarrillo colorado, sino también del negro, cuyas ventas se redujeron casi a la mitad.
En cierta ocasión un repartidor se presentó para solicitar el cambio de un cartón de veinte paquetes que contenía algunos defectuosos, agregando que los consumidores se quejaban de la mala calidad del tabaco. Los fabricantes comprobaron que, si bien el envase era de la casa, el tabaco de los cigarrillos había sido reemplazado por otro de muy mala calidad. El repartidor había adquirido el cartón de cigarrillos en la fábrica La Proveedora de Durán, por lo que en poco tiempo Posse inició una demanda por fraude, estafa y falsificación en contra de la tabacalera rival. El 3 de octubre de 1883 se realizó la presentación en un Juzgado Federal y comenzó el proceso judicial.[733]
Posse argumentó que poseía la propiedad de la marca de fábrica desde el 1 de agosto de 1876 y que La Proveedora, a través de León Durán, a cargo de la fábrica pues su hermano Manuel se encontraba de viaje, había cometido los siguientes delitos:
-Usurpar el nombre y la marca de la Cigarrería Popular para desacreditarla.
-Hurtar el tabaco habano legítimo con el que se elaboraban los cigarrillos.
-Estafar a los repartidores, sustituyendo tabaco legítimo por otro que no le era.
Los abogados de Posse solicitaron entonces que se condenara al dueño de La Proveedora al máximo de la pena establecida por la ley de marcas de fábrica y comercio, al pago de una indemnización por daños y perjuicios, a la destrucción de la mercadería adulterada y al pago de las costas del juicio.
La defensa de León Durán argumentó que todas las acusaciones eran falsas, y tenían como único objetivo desacreditar a La Proveedora. Mencionaba que el negocio de Posse siempre se dedicó a la fabricación de cigarrillos negros y que comenzó a producir los colorados solo seis meses antes de la demanda, en cantidades insignificantes. Apuntaba que era imposible que Posse hubiera podido bajar el precio de sus cigarrillos de $150 los cien cartones (de veinte atados) a $90 y fabricarlos con tabaco habano colorado superior, teniendo que utilizar necesariamente tabaco de detestable calidad para ofrecerlos a ese valor. En cuanto a los paquetes de La Popular hallados en el establecimiento de Durán en un allanamiento policial, decía que “es una práctica habitual ya que los revendedores exigen completar los pedidos con marcas de otras fábricas”. Descartaba también la acusación de hurto pues, “una vez adquiridos los cigarrillos, estos eran suyos y podía disponer de ellos como deseara”.
El Juzgado comenzó con la recolección de pruebas y citación de testigos que permitieran esclarecer si: 1) Los paquetes de La Popular encontrados en la fábrica de Durán eran de inferior calidad, 2) los

paquetes de La Popular eran adulterados en La Proveedora, 3) el supuesto cambio era realizado por León Durán o por su orden.

El dictamen del Juzgado Federal es de junio de 1887, casi cuatro años después de realizada la presentación, y la causa constaba de más de 1000 fojas con las declaraciones de decenas de testigos. Entre los peritos citados encontramos a Manuel Méndez de Andés (dueño de la tabacalera La Abundancia) y entre los testigos que declararon aparecen José M. León (La Hija del Toro) y Pedro Somay (La Vencedora) y se lo menciona a Adolfo Steenken de la Cigarrería del Toro. En el extenso fallo del juez Andrés Ugarriza los puntos salientes que se mencionan son:

-León Durán cambió al menos en dos ocasiones distintas los paquetes de LA POPULAR por otros que tenía preparados.

-También eran falsificados los cigarrillos LA HIJA DEL TORO de José León.

-León Durán expresó en una reunión con otros tabaqueros que "estaba dispuesto a hacer la competencia por todos los medios, fueran lícitos o ilícitos".

-Si bien estaba probado el cambio de tabaco por parte de Durán, no se pudo establecer que el tabaco sustituido fuera de inferior calidad, ya que los propios paquetes fabricados por Posse no tenían tabaco habano, sino tabaco Bahía de tercera calidad. Incluso los paquetes falsificados también contenían tabaco Bahía en lugar de correntino, tucumano o paraguayo, como acusaba Posse.

-Durán había creado una fábrica llamada La Flor que compraba diariamente trescientos atados de La Popular para revenderlos al mismo precio, muy probablemente luego de alterar el producto.

-Se condenó a León Durán a pagar una multa de quinientos pesos fuertes (de paridad equivalente a los pesos moneda nacional) y las costas del proceso.

-Se habilitó al demandante a reclamar los daños y perjuicios que pudiera haberles ocasionado la falsificación de su marca.

El caso finalmente llegó a la Suprema Corte de Justicia de la Nación, que en noviembre de 1889 expidió el fallo. Entre los contenidos más destacados se menciona que:

-Según consta en el envase y en la descripción de la marca registrada, los cigarrillos fabricados por La Popular se elaboran con puro tabaco habano traído directamente de La Habana.

-Sin embargo, todos los paquetes examinados, a excepción de los provistos directamente por Posse, tenían tabaco de inferior calidad, con ínfimas cantidades de tabaco habano.

-Por lo anterior el demandante estaba violando la ley de marcas al designar con una calidad falsa a su producto, y por consiguiente no se podía acusar a otros por un delito igual al que había cometido previamente. Entonces, aun cuando la adulteración hubiera sido real, solo se hubiera reemplazado un producto ilegítimo por otro igualmente falso.

-Finalmente se declara que la firma de Juan Posse y Cía. no tenía derecho a ser protegida por el uso exclusivo de su marca porque la utilizaron en forma delictuosa, adulterando sus propios productos, lo que la colocaba en un mismo nivel que el acusado.



Este pleito es una clara muestra de la forma en la que se manejaban las empresas tabacaleras a finales del siglo XIX. Uno de los oficiales que realizó el allanamiento comentó que el mismo Durán le respondió familiarmente sobre las causas de la adulteración diciéndole que "eran tretas de la competencia que hacían todos los fabricantes".

Otro caso muy interesante es el de la demanda presentada el 07 de agosto de 1901 por el representante en la Argentina de la RÉGIA ITALIANA, W. Paats, Roche y Cía., contra la manufactura rosarina de Testoni, Chiesa y Cía. por falsificación e imitación de marca de fábrica.[734] Según la empresa demandante ellos habían celebrado en diciembre de 1897 un contrato con el monopolio de tabacos del Reino de Italia para obtener el privilegio de la adquisición de tabacos italianos, su exportación a la Argentina, Uruguay y Paraguay y la utilización y defensa de la marca de fábrica que distinguía a esos productos.[735] Argumentaban que los tabacos procesados en Europa eran objeto de una enorme falsificación en el país, realizada con tabacos ordinarios de Tucumán, Misiones y Corrientes y vendidos a precios mucho más bajos que los productos originales, con lo que su firma era directamente perjudicada.

Acusaron a la empresa Testoni, Chiesa y Cía. de Rosario y con sede en Av. de Mayo 646 en Buenos Aires, de vender mensualmente más de un millón de cigarros italianos falsos. Aclaraban que últimamente Testoni, Chiesa y Cía. había variado la etiqueta, pero imitando la marca, color del envoltorio, distribución de inscripciones y escudos de la original, lo que llevaba a la confusión sobre todo a los “consumidores italianos analfabetos”. Como prueba presentaron una etiqueta (Regno D´Italia) que usaron los señores Testoni, Chiesa y Cía. hasta mediados de 1896, denunciada como falsificación, y otra etiqueta que era usada en esos momentos (LA SUIZA) y denunciada como imitación. Durante el proceso se allanó la fábrica de Rosario, incautándose 47.600 cigarros con la antigua etiqueta escrita en italiano y 336.100 con la nueva etiqueta con la marca LA SUIZA.



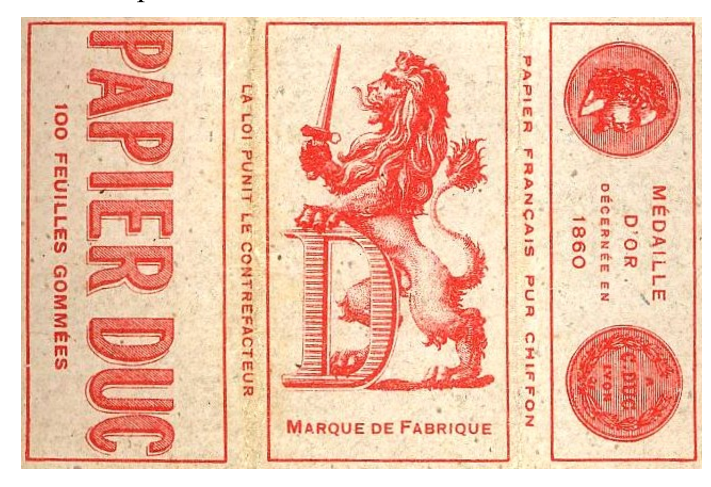


El descargo realizado por la defensa de la firma acusada tiene casi 40 páginas, contrastando con la acusación que solo tiene cuatro, y se basa fundamentalmente en negar la potestad del uso de las marcas y emblemas del monopolio de tabaco italiano en la Argentina. La marca de fábrica incluso había sido previamente registrada en 1892 por Donato Didiego (padre). En primera instancia el juez Francisco Astigueta absolvió a los acusados por considerar que los argumentos de la querella no eran los suficientemente fuertes ni estaban totalmente probados. Sin embargo W. Paats, Roche y Cía. apelaron la sentencia y el caso pasó a la Cámara Federal que en septiembre de 1902 revocó lo decidido en primera instancia basándose fundamentalmente en que la “ley de marcas de fábrica tiene el doble objeto de amparar al productor y al comerciante en sus industrias y comercio contra competidores desleales, y defender al consumidor contra el engaño de que pueda ser víctima”.

En este nuevo fallo incluso se consideró que la marca LA SUIZA imitaba a otra marca del monopolio italiano llamada FOGGIA SVIZZERA y por lo tanto también se prohibió su utilización. La revocatoria condenó a don Bautista Testoni y a don Carlos Basconi (en realidad su apellido era Barioni), socios administradores de la Sociedad Testoni, Chiesa y Cía., a la pena de quinientos pesos fuertes o prisión de un año, con los gastos del juicio en ambas instancias, y de la pérdida de las mercaderías embargadas con marcas falsificadas de la *Direzione delle Privative dei tabacchi del Regno d´Italia*. Los cigarros empaquetados en envases con la marca LA SUIZA fueron devueltos a los querellados, previa inutilización de la marca.

La firma Testoni, Chiesa y Cía. también fue protagonista de otro caso de falsificación,[735] pero en esta ocasión actuó como querellante. Bautista Testoni se presentó ante el juzgado para denunciar que Manuel González estaba falsificando en gran escala la marca MAUSER ARGENTINO, que había sido registrada en noviembre de 1895 por su firma, obteniendo el uso exclusivo de la marca para ser utilizada en los tabacos, cigarros y cigarrillos elaborados en su fábrica establecida en la ciudad de Rosario. Se aduce que la imitación es casi perfecta y se acompañan las etiquetas para probarlo. Los cigarrillos se fabricaban en diferentes casas de donde González los llevaba hasta su domicilio para luego venderlos como si fueran verdaderamente elaborados por Testoni, Chiesa y Cía. En los considerandos del juez se menciona que las etiquetas están perfectamente falsificadas, copiándose íntegramente las leyendas y los dibujos que la constituyen, y que solo por el color de las secuestradas, que es un poco más pálido, pueden distinguirse de las legítimas. También se menciona que varios vendedores reconocen haberle comprado a González los cigarrillos MAUSER ARGENTINO y que este mismo facilitó la piedra para la impresión de las etiquetas. Finalmente en septiembre de 1900 se decidió condenar al acusado al pago de una multa de 400 pesos moneda nacional o en su defecto a sufrir siete meses de prisión, con pago de costas y dejando a los querellantes la libertad de accionar por daños y perjuicios.

Similar, aunque con distinta sentencia, es el caso de que iniciaron los hermanos Brisson contra Beltrán y Valadía por la falsificación de sus cigarrillos ATORRANTES. En abril de 1895 José Brisson se presentó en el juzgado para entablar demanda contra M. Beltrán y Cía. diciendo que en las actuaciones levantadas en la Comisaría de la Sección 4a. de Policía, y a su solicitud, se secuestraron una piedra litográfica y dos cajones de mercaderías (aparentemente ligadas a la marca ATORRANTES). En esta ocasión el juez decidió que las pruebas ofrecidas no eran suficientes ya que no estaba probado que en la piedra estuviera estampada la marca del demandante, ni que los cajones contuviesen mercaderías relacionadas con la marca. Con estos fundamentos se absuelve a los señores M. Beltrán y Cía. y se obliga a Brisson a hacerse cargo de las costas del juicio. El fallo fue apelado, pero en abril de 1902 la Cámara Federal lo ratificó en todas sus partes.



Destacamos también el pleito que se inició contra Adolfo Villalba, dueño de la Cigarrería de Londres. En esta ocasión Antonio Valette, quien afirmaba ser el dueño exclusivo para el uso en la Argentina de la marca francesa de papel para cigarrillos Papier Duc,[736] acusó a Don Adolfo Villalba, ex socio de la casa Senillosa, Villalba y Cía., de falsificar las etiquetas y el papel para armar los cigarrillos. Villalba se defendió aduciendo que él compraba el papel para cigarrillos a otra empresa que se titulaba como único agente para la venta de esa marca en el país. El fallo fue absolutorio para Villalba pues el juez entendió que había obrado de buena fe en la reventa del producto previamente comprado a quien decía ser representante de la marca. El fallo fue apelado y llegó hasta la Suprema Corte de Justicia que en noviembre de 1904 ratificó lo actuado en primera instancia con costas al querellante.

Estos pocos ejemplos, tomados en su mayoría de las resoluciones de un mismo juez y desarrollados en un lapso de unos pocos años, son más que ilustrativos de la forma en que se manejaba la competencia entre las distintas empresas que se dedicaban a la manufactura, la comercialización o la importación de productos relacionados con el tabaco. Tanto los cigarrillos como los cigarros e incluso el papel para armar cigarrillos fueron motivo de prácticas desleales en algunos casos, ilegales en otros, con la intención de aventajar, o directamente destruir, a quienes competían por la misma porción del mercado.

Las condiciones de trabajo a fines del siglo XIX

Promediando la segunda mitad del siglo XIX en nuestro país era común que los obreros de las distintas actividades tuvieran jornadas de trabajo de 14 horas. Es entonces que comienzan las primeras protestas de los trabajadores exigiendo mejores salarios y condiciones de trabajo. Recién en 1905 se establece el descanso dominical en la Argentina, en 1907 la jornada de 8 horas para menores y mujeres, y en 1929 para los varones.
En el rubro del tabaco eran habituales las jornadas de 12 horas con labores divididas por sexos. Los hombres, por lo general, se ocupaban del movimiento de los fardos de tabaco, calderas, operación de máquinas torrefactoras y picadoras, de manipular el tabaco, como asimismo del mantenimiento de todas las maquinarias. Las mujeres atendían las cigarrilleras y empaquetadoras automáticas de tabaco, además de confeccionar cigarros de hoja, armar los paquetes de cigarrillos, pegar estampillas, etc.[737] Era muy común que trabajaran familias completas con niños de 12 a 14 años que se ocupaban de la colocación de anillos a los cigarros, de pegarles las etiquetas y de empaquetarlos.[738]
En 1902 se publica[739] un informe sobre la higiene industrial de las manufacturas de tabaco. Allí se menciona que en 15 de las manufacturas más importantes de la Ciudad de Buenos Aires trabajan 735 mujeres y 32 niños. Las condiciones de trabajo no suelen ser buenas: la ventilación es deficiente, lo que lleva a los operarios a aspirar el nocivo polvo del tabaco; se trabaja en lugares extremadamente pequeños, muchas veces junto a las secadoras o picadoras de tabaco; los galpones tienen techo de zinc que en verano provocan un calor intolerable; se utilizan salones oscuros con escasa luz artificial; hay falta de higiene; los niños realizan tareas que requieren fuerza motriz; no se observa el descanso dominical. Todas estas deficiencias en general no eran reportadas en la prensa hegemónica, ya que las manufacturas de tabaco anunciaban profusamente en esos medios y las notas que se publicaban eran siempre muy favorables hacia las cigarrerías y sus dueños.
Sin embargo, algunos periódicos se hacían eco de los abusos patronales y llamaban a los trabajadores a combatir estas prácticas. En el periódico anarquista *La Protesta* (publicado entre 1890 y 1896) encontramos muchos ejemplos al respecto. Reproducimos un artículo.[740] que describe la relación que mantenía Manuel Durán, dueño de la más importante fábrica de esa época, con sus obreros.



Marquilla de los cigarrillos BOYCOTT de 10 centavos, fabricados en la calle Vieytes 1332. Fue registrada por Aureliano Gómez el 23 de enero de 1902. La marca iba a ser vendida por la Cooperativa de Obreros Cigarreros, pero fue previamente inscripta por esta firma.

En la fábrica de cigarros La Proveedora se ha fijado un cartel la semana pasada prohibiendo fumar en las horas de trabajo y otras cosas por el mismo estilo. Un operario indignado por tal atropello a la libertad de los obreros arrancó el cartel, y después el capataz, defendiendo los intereses de quien le paga por ser esbirro, acometió al obrero recibiendo de este unas cuantas bofetadas en pago del servicio que prestaba al burgués. El burgués Duran, es el mismo que cobró a los operarios por un reloj que puso en el taller, nada menos que cinco mil pesos, quedándose después con la prenda. Y es el mismo también que, cuando se declararon en huelga hizo prender a una porción de los operarios, para lo cual se prestó la policía muy solícita. En esta fábrica también hay la costumbre de dar trabajo por recomendación, y los operarios trabajan en un sótano, especie de mazmorra. El burgués Durán ha hecho todo su capital en esta forma y con la protección siempre de las

autoridades. ¿Dirán todavía estos laboriosos burgueses que su capital es hijo de su trabajo? ¿No es esto un robo descarado y a mano armada?
Contesten los legisladores.
En otra ocasión[741] se lo acusa a Durán de haber ingresado de contrabando por el puerto de Quequén varios fardos de tabaco provenientes de La Habana. También aparecen denuncias[742] contra abusos cometidos en las cigarrerías La Popular de Juan Posse, La Bella Porteña, Rivadavia de Luis Prando, La Virginia, La Abundancia de Manuel Méndez de Andés y probablemente muchas más que no hemos detectado.





Juan Posse, de La Popular, era duramente criticado[743] en *La Protesta Humana*, otro diario anarquista, a comienzos de 1902.
El boycott a La Popular sigue con creciente importancia.
Con la ayuda pecuniaria de todas las sociedades obreras se ha hecho una nueva edición de 100,000 hojas explicando los motivos del boycott y protestando del encarcelamiento del secretario de la sociedad de Maquinistas Bonsack, iniciadora del boycott. Según rumores que circulan, la fábrica La Popular ha suspendido por completo los trabajos. Ni el recurso de arrojar marquillas vacías por las calles como medio de propaganda, ni el convenio hecho con El País, el cual a diario anuncia que a cada nuevo suscriptor le regala en paquetes de cigarrillos el importe de la suscripción, ni los inmensos cartelones de reclame de que la ciudad se halla tapizada, ni la rifa de casas, terrenos y oro sellado que los propietarios de La Popular anuncian que realizarán entre los fumadores de sus inmundos productos, en fin, ninguno de los recursos sugeridos por la burguesa inventiva de Posse, son artículo suficiente para sobornar al público, y sobre todo al público trabajador, principal consumidor que fue de La Popular. Siga pues la guerra hasta hundir en el foso del olvido y del despreció a los fabricantes y millonarios Posse. La lección será más que elocuente para muchos explotadores.
Que nadie fume los cigarrillos LA POPULAR número 1 y 2, BOHEMIOS y REY DEL MUNDO, ni los tabacos CRISPI, LESSEPS y KRUPP. En contraposición a estas marquillas, próximamente se pondrá en circulación la marquilla BOYCOTT a 10 centavos, elaborada por la Cooperativa de Obreros Cigarreros de esta ciudad. Parte de los beneficios que deje esa marquilla son destinados a favorecer el movimiento y la prensa obrera.
Desde ya recomendamos a todos los trabajadores la mayor propaganda por la marca BOYCOTT.

Tampoco escapaba de las denuncias por atropellos la fábrica de Manuel Malagrida:[744]
En la fábrica Malagrida
La huelga al explotador Malagrida y la resistencia de este van dando sus frutos. Para sustituir huelguistas hacen trabajar hasta mujeres en las máquinas. Días pasados a una menor, Aurelia Mesejo, de catorce años, le tomó un engranaje la trenza destrozándole horriblemente el cuero cabelludo. La menor se halla en grave estado. Camilo Fernández ascendido a capataz últimamente de carnero que era, se transformó en perro de presa para con los obreros. Estos le aplicaron su merecido propinándole una buena trompeadura.
Uno de los empleados de la casa que fue despedido se presentó a Malagrida a reclamar el mes de sueldo que le otorga el C. de Comercio. Por toda compensación, personalmente, e1 propio Malagrida, lo tomó a golpes.
La prensa no ha dado ninguna de estas noticias. Ni siquiera la del doloroso accidente que anotamos en primer término. Malagrida es ya persona de categoría social y para la burguesía sus máquinas no pueden asesinar mujeres, ni en sus talleres haber tiranía, ni él mismo cometer actos villanos!

Estos medios de prensa se hacían amplio eco de la lucha llevada adelante por la Sociedad de Tabaqueros y Maquinistas Bonsack, la cual instaba[745] a los trabajadores a no consumir las mercancías que provenían de fábricas que explotaban a los obreros boicoteando sus productos.
Para evitar el abuso patronal, muchos trabajadores formaron pequeñas cooperativas cuya renta se distribuía entre los propios obreros. En el área del tabaco, cigarros y cigarrillos se formó la Cooperativa de Obreros Tabaqueros en cuyo estatuto se mencionaba que las ganancias serían destinadas de la siguiente forma: un 10% para la formación de escuelas laicas, un 30% para los gremios, un 10% para las víctimas del capital, un 10% para la prensa obrera, y el resto se decidiría en asamblea. La Cooperativa iba a vender los cigarrillos llamados BOYCOTT, pero no los registró a tiempo y la marca fue inscripta por Aureliano Gómez a principios de 1902. Debido a este robo de marca desde la prensa anarquista se llamó[746] a boicotear a los cigarrillos BOYCOTT. A las pocas semanas se anunció que la marca fabricada por la Cooperativa de Obreros Tabaqueros sería GERMINAL que se vendería en carteritas de 10 centavos. La inscripción en el registro de marcas fue realizada el 11 de marzo de 1902 por José Mella y Cía. con domicilio en la calle Belgrano 1663. El nombre GERMINAL refiere a la novela del escritor francés Émile Zola del año 1885, en la que se describe la durísima realidad de los mineros del carbón en el norte de Francia en la década de 1860 y la lucha que llevan adelante para modificar la miseria a la que eran sometidos. A fines de 1902 la Cooperativa aparece con talleres en la calle Rioja 65 y registra la marca REMEMBER de 20 centavos.



Otra cigarrería ligada al movimiento obrero fue la de Francisco Cúneo, Pedro Barsanti y Francisco Papalia. En 1904 registran las marcas ALBA de 20 centavos y PROLETARIOS de 10 centavos, que se publicitan en los periódicos anarquistas[747] como una empresa obrera que defiende la cámara del trabajo. En 1906 anotan la marca PORVENIR de 20 centavos. Francisco Cúneo nació en Buenos Aires en 1875 y estuvo afiliado desde muy joven en el Partido Socialista al igual que Papalia. Era electricista de oficio y en 1914 fue el primer obrero en ser elegido diputado nacional en la historia de nuestro país. Una calle en el barrio de Villa Real, paralela a la Av. Lope de Vega y cercana a la Av. General Paz, lleva su nombre en la Ciudad de Buenos Aires.

Las crecientes protestas obreras fueron duramente reprimidas por los gobiernos de turno, representantes de la oligarquía y de la burguesía nacional. Como muchos de los líderes obreros eran extranjeros, en 1902 se llegó al extremo de dictar una ley (llamada Ley Cané o Ley de Residencia) que permitía al poder ejecutivo expulsar del país a los inmigrantes extranjeros “agitadores” sin juicio previo. La ley surgió a partir de un pedido de la Unión Industrial Argentina y su objetivo principal fue debilitar a los movimientos de resistencia obrera. Los diarios socialistas, como *La Vanguardia*, o anarquistas, como *La Protesta*, *El Rebelde* y *L’Avvenire*, eran frecuentemente incautados y los dirigentes obreros encarcelados, torturados o deportados. Desde el gobierno se instaló el estado de sitio y en la primera semana de vigencia de la ley se deportaron quinientos extranjeros. En 1910 se dicta la Ley de Defensa Social que limita aún más los derechos de las asociaciones de obreros, se suspende la libertad de imprenta, el derecho de manifestación y de reunión. La Ley Cané fue derogada recién en 1958, durante el gobierno de Frondizi.
Esperemos que estas pocas líneas sirvan para reconocer la desigual lucha mantenida por humildes obreros contra el poder establecido, que permitieron lograr mejores condiciones de trabajo para las generaciones de trabajadores los sucedieron.

El tabaco y los daños a la salud

Si bien la percepción del daño que el fumar ocasionaba a la salud ya estaba en la sociedad de principios del siglo XX, en general se lo asociaba al hecho de consumir productos de mala calidad. Es por eso que en muchos avisos los mismos médicos recomendaban fumar buen tabaco para reducir los problemas en la salud.

Sin embargo, en las revistas de la época era frecuente que se publicitaran productos para evitar los males del tabaco, en los que se mencionaba explícitamente los gravísimos daños causados por el consumo de cigarros y cigarrillos. Internacionalmente el primer trabajo científico que probó la relación entre el consumo de tabaco y el cáncer de pulmón fue realizado en Alemania (y no en Estados Unidos o Inglaterra como suele mencionarse) por Franz H. Müller, recién en 1939.[748]

En *Caras y Caretas* de 1901 aparece el siguiente aviso:[749]

Para convencerse de tan grandes verdades todos los viciosos deben probar las Pastillas Maravillosas del doctor A. S. Pismar, que se venden a cincuenta centavos la caja. Con el uso frecuente de estas pastillas no hace mal el cigarro y si se administran todos los días desaparece el deseo de fumar y también se curan los terribles, y siempre graves, males que el tabaco causa en la boca, garganta, pecho y estómago, lográndose al mismo tiempo mantener el organismo en un estado perfecto de vigorosa salud.

Unas semanas antes había aparecido una nota titulada "Horror" del mismo Dr. Pismar, en la que se describían los daños que causaba el consumo del cigarrillo en la salud.

HORROR

De las investigaciones hechas entre los hombres de ciencia, el uso del tabaco ha sido declarado dañoso por todas las autoridades que se han ocupado de este palpitante asunto; así lo asegura un sabio profesor.

Basta saber que cien gramos de tabaco ordinario quemado produce 650 miligramos de nicotina a más de las substancias nocivas a la salud, como ser: amoníaco, (mon)óxido de carbono, ácido cianhídrico (ácido prúsico, conocido vulgarmente) y colidina; por eso el humo del cigarro no sólo perjudica a los fumadores, sino a todos los que lo aspiran, en las casas y en los tranvías.

El 50 por ciento de los fumadores mueren irremisiblemente, a causa del uso del tabaco, que les origina graves enfermedades, ya sobre un órgano o sobre varios a la vez.

Todos los médicos están de acuerdo en que el tabaco es un elemento de los más importantes en la mortalidad general; y como si lo dicho fuera poco, está probado que siempre produce horribles enfermedades bucales. Tal sucede en el desarrollo del cáncer de los labios y la lengua conocido vulgarmente por el "cáncer de los fumadores".

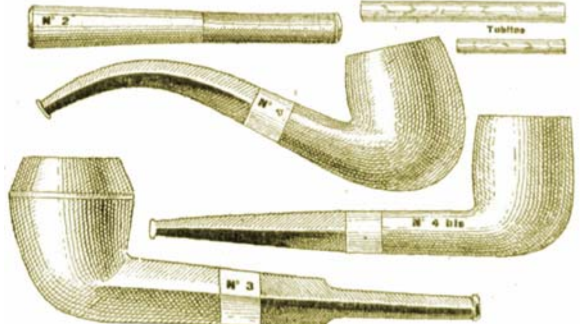
También son bastante conocidas las patológicas manifestaciones de los órganos de los sentidos, especialmente en los oídos y la vista, de los que fuman demasiado; no pasa día que los oculistas y otolistas no sean consultados acerca de las enfermedades causadas por el tabaco. Las perturbaciones cerebrales de los fumadores son de varias especies: desde la manía hasta la locura, todos los escalones cuentan viciosos perjudicados.

Definida científicamente la acción perniciosa de la nicotina y los innumerables males que causa el tabaco, aconsejamos a los que quieran olvidar tan funesto vicio, que hagan uso del Específico de los fumadores del renombrado Dr. A. S Pismar, que se expende en las principales droguerías y especialmente en el consultorio de su inventor, calle Cangallo 1537, pues estamos convencidos que aborrecerán el cigarro, hasta el extremo de no poder tolerar el olor del tabaco, consiguiendo al mismo tiempo fortalecer el organismo y mantener todo el sistema en un estado completo de actividad y salud.

Los que quieran escuchar nuestros consejos y tener mucho que agradecernos, vayan al consultorio o remitan por carta dos estampillas y recibirán prospectos.

Revista *Caras y Caretas* Nº 139, 01 de junio de 1901

Igual de elocuente es otra publicidad de P. Tonini:



LA SALUD PARA LOS FUMADORES, NOVEDAD CIENTÍFICA - TUBITO DE SALUD - NEUTRALIZADOR DE LA NICOTINA. Recomendado y aprobado por Institutos médicos, químicos, sanatorios y particulares. Premiados con diplomas de honor y medallas de oro en Exposiciones especiales y generales. No más cáncer del fumador. No más estómagos enfermos. No más dolores de cabeza. No más destrucción de la dentadura. No más envenenamientos por la absorción de la Nicotina. Todo el mundo puede fumar sin daño del organismo por medio del Tubito de salud colocado en el Interior de las pipas y boquillas, sin alterarse las buenas cualidades del tabaco y conservando perfectamente su aroma.[750]

El cigarrillo y el tango



Con este breve apartado no se pretende hacer una revisión completa de la relación entre el cigarrillo y el tango, que históricamente han sido compañeros casi inseparables. Es bien sabido que a la figura clásica del tanguero de ley se la representa con un hombre apoyado en un farol, vestido con traje de color oscuro, un pañuelo blanco en su cuello, el sombrero algo ladeado, sus zapatos negros brillantes y el infaltable pucho consumiéndose en su boca. *Pucho* y *faso* son seguramente las formas más usuales del lunfardo porteño con las que se denomina al cigarrillo, amigo incondicional del malevo porteño y protagonista en las letras de decenas tangos. Algunos de los títulos más reconocidos que aluden al cigarrillo son *Fumando espero* (1922), *Sobre el pucho* (1922), *Fume Compadre* (o *Nubes de humo*, 1923), *Humo*, *Tabaco* (1944). Estos, y muchos más en los que se menciona al guapo que fuma para olvidar sus penas, incorporan al cigarrillo como uno de los elementos representativos de la hombría y la masculinidad en los inicios del siglo XX.

Era entonces esperable que esta relación tan íntima entre el cigarrillo y el tango fuera aprovechada por varias de las tabacaleras de esa época para promocionar sus marcas y potenciar sus ventas. Fue así como algunos autores fueron contratados para componer letras y melodías de tango para los productos de distintas manufacturas de cigarrillos. Recordamos[751] un puñado de esos tangos que fueron especialmente compuestos para promocionar a algunas marcas antiguas y famosas y a otras nuevas que pretendían ganar el favor de los fumadores.

El primer tango "cigarrero" es *América* de Mauricio Montiano, compuesto como reclame para la marca de cigarrillos AMÉRICA, fabricada primero por la Compañía Argentina de Tabacos y luego por Piccardo y Cía., que se vendía en carteritas de color rojo con letras doradas a 20 y 30 centavos.

Esteban González fue un músico, pianista y compositor (su obra más reconocida es *A rienda suelta*) que escribió a pedido un tango para los cigarrillos SIN MARCA, fabricados por Ariza hermanos y luego por Piccardo y Cía. Esta marca de cigarrillos estuvo muy en boga en la segunda década del siglo XX. La ilustración de la carátula de la partitura original, muestra a un barrendero (entonces conocido como musolino) que, mientras barre la calle, fuma con gozo un cigarrillo SIN MARCA. Al pie de la partitura se lee esta cuarteta:

Siempre barriendo y fumando
su ilusión todo lo abarca
cuando lleva entre los labios
un cigarrillo SIN MARCA.

A principios de la década de 1930, Héctor Bertone fabricaba, entre otros, los cigarrillos CARANCHOS, BERRETÍN, CABALLO BLANCO, GAVIOTA, GENTLEMAN y FIAT. Los CARANCHOS traían cupones con los que se podía participar en un concurso que tenía como premios una casa y un auto Buick. El primer gran sorteo de cupones de estos cigarrillos se realizó en mayo de 1932.

Para promocionar su marca más importante la firma contrató a Francisco Bohigas, comediógrafo y prolífico autor tanguero (*Cero al as*, *El cielo en tus ojos*, *Mamita*, son algunas de sus obras más reconocidas), para que escribiera la música y la letra de un tango especialmente para los cigarrillos CARANCHOS. La composición se denominó *¡Aprovechá la bolada!, fumá CARANCHOS*, y su letra es un modelo de promoción publicitaria. En la carátula de la partitura original aparece un automóvil Buick, muy de moda en esos años, conducido por Panchito a quien le cambió la suerte por fumar estos cigarrillos. También puede leerse una dedicatoria "a la señorita Margarita Bertone, gentilmente", seguramente pariente cercana del dueño de la fábrica de los cigarrillos CARANCHOS.

La letra del tango es la siguiente:

Che, Panchito, no seas longhi, calmá un poco tu arrebato
que el que tiene una papusa cual la novia que tenés,
no es de ley que se suicide por el hecho de andar pato;
a la suerte hay que afrontarla con bravura y altivez.
Donde hay vida hay esperanza, no pifiés como un incauto.
¡Y a tu piba no le arruines su palacio de ilusión!
Vos querés dártela seca porque sueña con un auto,
una casa y otras yerbas, yo te doy la solución:
Fumá CARANCHOS no seas chancleta,
que en cada etiqueta se encuentra un cupón.
Seguí mi consejo, prendete, che Pancho
que está en los CARANCHOS tu gran salvación.
Fumá CARANCHOS, que al fin del jaleo
en el gran sorteo te vas a ligar
una casa posta, un Buick de paseo
y el sueño de tu piba se va a realizar.
Ya se me hace, che Panchito, que te veo muy triunfante,
dando dique a todo el mundo con un Buick deslumbrador,
por Florida, por Corrientes, con tu novia en el volante
propietario de una casa que será nido de amor.
Sin embargo, caro mío, si no entrás en la fumada,
serás siempre un pobre loco que de seco no saldrá.
Vos buscate tu acomodo, aprovechá la bolada,
fumá CARANCHOS querido, que tu suerte cambiará.



Existe también un vals perteneciente al compositor Pedro Mazza que fue escrito especialmente para los cigarrillos SUBLIMES fabricados por La Sin Bombo, de Juan Canter, empresa que retribuía a sus clientes con el obsequio de partituras.

Por último mencionamos el famosísimo tango *Sobre el pucho*, escrito por José González Castillo en 1922, con música del pianista y compositor Sebastián Piana. La obra fue presentada en el concurso de los cigarrillos TANGO[752] obteniendo el segundo premio entre 136 concursantes, detrás de *El Ramito*, de Filiberto, obra que pronto pasaría al olvido.

Las imprentas y los métodos de impresión



Por la cantidad y calidad de las marquillas que producían, la industria del cigarrillo fue uno de los principales clientes de las imprentas y litográficas, situadas casi en su totalidad en la Ciudad de Buenos Aires. Aunque los talleres gráficos porteños (por ejemplo Guillermo Kraft, Jacobo Peuser, y Ángel Estrada) surgieron pasada la primera mitad del siglo XIX,[576] algunas de las primeras etiquetas eran impresas en Europa, como por ejemplo las marcas de La Popular de Juan Posse o las de La Unión Española de José San Marco.

Hacia fines del siglo XIX ya se habían establecido la totalidad de las grandes imprentas que proveían a las fábricas de cigarrillos. En 1889 se fundó la Compañía General de Fósforos, la imprenta de mayor producción del país durante varios años. Unos años antes, en 1885, había nacido la Compañía Sudamericana de Billetes de Banco, otra de las grandes imprentas de Buenos Aires. Entre las gráficas que se dedicaban a la impresión de marquillas también se destacaron Günche, Wiebeck y Turtl (1890), Podestarelli y Bonfiglio (1892), y Alejandro Bianchi – La Nueva Artística (1889). Estas dos últimas fueron adquiridas respectivamente por Piccardo y Cía. Ltda. y la Compañía Nacional de Tabacos (Nobleza). Cabe mencionar que muchas de las empresas manufactureras de cigarrillos como La Popular, La Abundancia, Piccardo y la Compañía Argentina de Tabacos poseían su propia litografía, lo que explica la gran profusión y variedad de diseños en las marquillas.

Como ya adelantamos, la Compañía General de Fósforos[753] fue una de las imprentas líderes en el país y la primera gran empresa que integró el proceso de producción industrial en un producto masivo, de consumo doméstico y de bajo costo. Entre los trabajos para la industria tabacalera que realizaba estaban las cajas de los cigarrillos MITRE y LA POPULAR, dos marcas de la Compañía General de Tabacos; las cajas, marquillas y envoltorios para la Compañía Tabacalera Argentina y las marquillas de los cigarrillos 43 de Piccardo y Cía.

Alejandro Bianchi fue un industrial del área de las impresiones gráficas. Nacido en Italia, emigró hacia la Argentina en 1888, y junto a tres socios integró al año siguiente una nueva firma industrial dedicada a las artes gráficas que se denominó Bianchi, Molinari y Cía. Poco después se inauguró en la calle Alsina la imprenta y litografica La Artística, que contó en breve tiempo con una calificada clientela de empresas industriales. Los talleres se trasladaron en 1892 a un local en la calle Piedad (actual Bartolomé Mitre), con el que aumentaron la capacidad productora de sus talleres. La firma fue disuelta 1896 y Bianchi quedó al frente de la empresa llamada ahora La Nueva Artística. En 1899 los talleres se trasladaron a Piedad al 2600, a un local más amplio y moderno en donde se acentuó el prestigio de la casa. La Nueva Artística estaba dotada de las más modernas maquinarias de artes gráficas y contaba con elementos para la ejecución de cualquier obra de ese ramo, sea de imprenta o en cromolitografía. Su especialidad era la impresión de afiches, carteles y volantes, etiquetas, membretes, marquillas para empaque de cigarrillos y trabajos de tipografía. La firma de A. Bianchi concurrió a la Exposición de San Francisco (Estados Unidos) de 1915, siendo premiada con medalla de plata. Entre las fábricas de cigarrillos que imprimían sus etiquetas en esta litografía podemos mencionar a La Proveedora, La Sin Bombo, J. M. Ariza, La Reforma e Ylla Hnos.

La cromolitografía

Hasta la invención del offset en 1903, la técnica más utilizada para la impresión de las marquillas de cigarrillos fue la cromolitografía.[754] Este tipo de impresión en colores fue un avance sobre la litografía monocromática, creada en Munich en 1796 por el checo Alois Senefelder. La etimología de la palabra litografía se deriva de los términos griegos *lithos* (piedra) y *graphe* (dibujo), dado que el principio de la técnica se basaba en dibujar sobre una piedra caliza la ilustración que se deseaba transferir al papel. Para realizar el dibujo sobre la piedra se utilizaba un lápiz especial que dejaba un trazo graso. Luego se mojaba la piedra y se cubría con una tinta grasa, que solo se adhería en las zonas previamente dibujadas con el lápiz formando una película y era repelida del resto de la piedra. La piedra entintada se ponía luego en contacto con el papel, transfiriendo la imagen. El proceso podía repetirse cuantas veces fuera necesario permitiendo la impresión de un gran número de copias a partir de un único original.

La cromolitografía, o litografía en colores, fue patentada por el alemán Godefroy Engelmann en 1837 y el principal avance consistió en utilizar una piedra con un diseño adecuado para cada tinta que fuera necesaria para reproducir los colores de la ilustración. Con la superposición de dos colores (o más) podía obtenerse un tercero, así que debía descomponerse el dibujo en sus colores elementales para luego traspasar a cada una de las piedras el contorno correspondiente a las zonas de un mismo color. Para obtener grabados de excelente calidad había que utilizar un sistema de registro que permitía una perfecta superposición de las distintas superficies coloreadas. Debido a la dificultad en conseguir piedras de gran tamaño y buena calidad, también se utilizaban planchas metálicas para esta técnica.

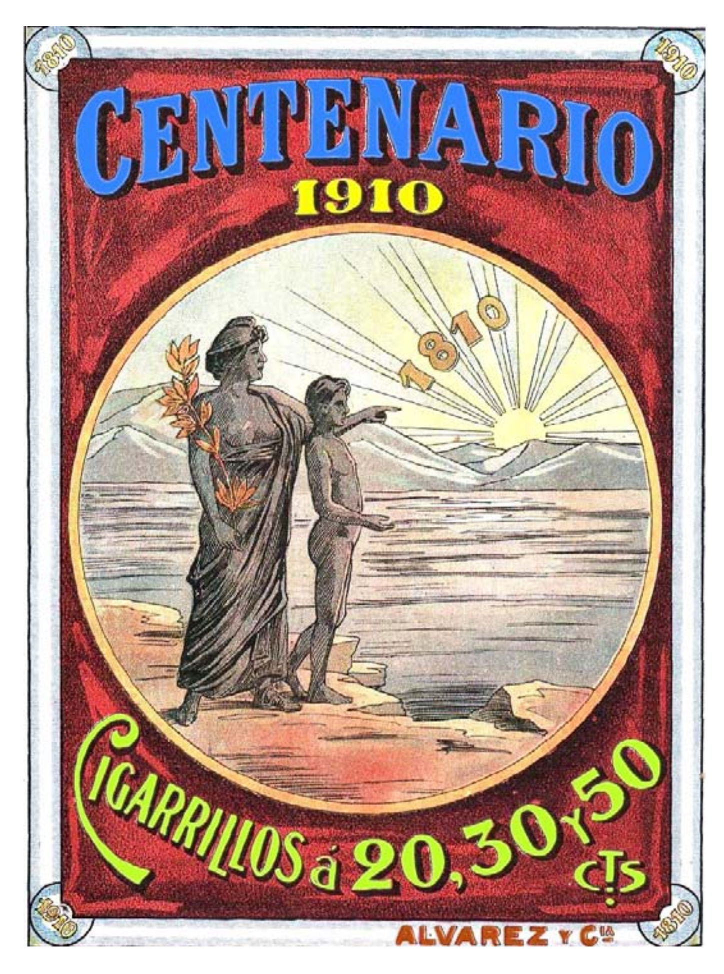
Las imprentas litográficas de más prestigio de fines del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX usaban hasta veinte o más tintas para sus obras. En esa época de oro se realizaron las más bellas y artísticas composiciones litográficas en forma de carteles publicitarios, estampas, tarjetas postales y etiquetas de todo tipo, incluyendo la inmensa variedad utilizada por la industria del cigarrillo.

El desarrollo comercial de la cromolitografía impulsó el nacimiento del nuevo arte del cartelismo a fines del siglo XIX de la mano de los pintores franceses Jules Cheret y Toulouse-Lautrec y el checo Alphonse Mucha. Esta conjunción de técnica con arte revolucionó la publicidad, siendo Cheret la primera persona en crear carteles de reclame de naturaleza artística aplicando la cromolitografía para la confección de la obra. Entre las ideas innovadoras de Cheret para el cartelismo podemos mencionar la introducción de un breve texto junto a la ilustración, lo que permitía una rápida lectura y una mayor atención y comprensión del mensaje que se deseaba transmitir. Fue también el primero en crear carteles basados en la seducción y el impacto emocional, entendiendo la importancia de la percepción mental en la publicidad.

El desarrollo de la litografía offset, a partir de 1903, permitió imprimir más rápidamente y sobre papeles de menor calidad, con el consiguiente abaratamiento de costos, convirtiéndose rápidamente en la técnica más utilizada para las impresiones comerciales. El proceso tiene características similares a la litografía en cuanto al uso de tintas hidrofóbicas, pero la imagen se graba en cilindros metálicos en lugar de piedras o placas planas. Luego del entintado, el diseño se transfiere a un cilindro de caucho (llamado cilindro de offset) que es el que finalmente imprime sobre el papel. Este proceso solo imprime un color por pasada. Para trabajar con cuatro colores debe crearse una plancha por cada color, que en el modelo CMYK son cian, magenta, amarillo y negro. Así, con cantidades diferentes de esos cuatro colores (más el blanco del papel), puede reproducirse casi cualquier color con la excepción de colores metálicos o fosforescentes.

El proceso de fotomecánica se utiliza para obtener transparencias negativas o positivas (llamadas fotolitos) de dibujos, fotografías y textos. Los fotolitos se ponen en contacto con las planchas o rodillos de impresión, previamente impregnados con una sal de plata sensible a la luz, para obtener una copia exacta del grabado en la plancha de impresión. Esta técnica era muy utilizada por los talleres gráficos para las marquillas que contenían fotos en algunas de sus caras, como por ejemplo los 43, LA HIJA DEL TORO, CARAS Y CARETAS, RICO TIPO, PIERROT, LA VANGUARDIA, ROCA, LORO y muchas otras más.

Glosario



Atado: Se utiliza como sinónimo de paquete o cajilla de cigarrillos. Su origen se remonta a la época en la que los cigarreros picaban el tabaco y armaban artesanalmente los cigarrillos en forma manual. Luego ataban con un hilo un número determinado de cigarrillos que vendían a sus clientes. Para realizar la compra los fumadores pedían entonces un "atado" de, por ejemplo, diez cigarrillos de tabaco negro. Increíblemente el término ha perdurado hasta nuestros días, aunque hace más de cien años que los cigarrillos dejaron de venderse en atados.

Cigarro:[755] De origen dudoso, una versión afirma que deriva de la voz maya *Siyar* o *Cikar* que significa "fumar hojas de tabaco enrolladas". Otra corriente sostiene que deriva de cigarra, por comparación con el cuerpo cilíndrico y oscuro de ese insecto, o bien de los cigarrales, que eran las fincas de recreo situadas en la orilla sur del río Tajo en Toledo, en donde solían cultivarse las semillas de tabaco traídas de América. El término cigarro suele utilizarse cuando el producto es fabricado con picadura o hebras de tabaco. Si, en cambio, se elabora con hojas enteras "torcidas" para darle la forma característica se lo denomina "puro", o bien "habano" si el tabaco proviene de Cuba.

Cigarrillo: Este término es un diminutivo de cigarro y se aplica al tabaco para fumar picado o reconstituido, que se envuelve en papel en lugar de hoja de tabaco. Los cigarros y cigarrillos se conocían en América antes de la llegada de los europeos, ya que por ejemplo mayas y aztecas fumaban hojas secas de tabaco envueltas en la chala del maíz. El uso de la palabra cigarrillo parece haber surgido en el siglo XVIII cuando los mendigos en Sevilla recogían del suelo las colillas que tiraban los "señoritos", y enrollaban el tabaco remanente en papel para así fumarlo. Los primeros cigarrillos de papel manufacturados y empaquetados aparecen en España en torno a 1825. Ya en 1833 surgen las primeras cajillas y es cuando se populariza la denominación cigarrillo o pitillo. Hacia 1830 el cigarrillo llegó a Francia y comenzó a ser manufacturado por el Monopolio de Tabaco Estatal en escala industrial a partir de 1845.

Faso: Esta palabra se usa en lenguaje coloquial tanto como sinónimo de cigarrillo de tabaco o de marihuana. Probablemente proviene del italiano *fascio*: fajo, manojo, a través del veneciano *fassu*, por alusión a la forma en que se vendía el tabaco.[756] Según otra referencia,[757] faso proviene de la apocopación y simplificación fonemática dialectal de la palabra italiana *fazzoletto* (pañuelo) ya que hasta mediados del siglo XX era común que los cigarrillos fueran armados caseramente con hebras de tabaco enrolladas y envueltas en un *fazzoletto* de papel. Desde fines de la década de 1980, aproximadamente, "faso" suele ser empleado también para referirse a los cigarrillos de marihuana.

Papirusa: Si bien su uso no está relacionado directamente con los cigarrillos, su etimología es por demás interesante. Papirusa significa mujer joven hermosa. La palabra tiene un origen polaco, derivada de *papierosy* (cigarrillo). Los estudiosos han establecido que las prostitutas polacas en Buenos

Aires de principios de siglo XX, famosas por su belleza, solían pedir a los clientes *papierosy* (que se pronuncia papierosi). La palabra quedó así instalada en nuestro país como sinónimo de mujer hermosa.[757]

Pitar: Se utiliza como sinónimo de fumar. El término deriva de *pito*, que era la denominación de los cigarros pequeños armados a mano, con envoltura de papel. A los cigarrillos se los solía llamar *pitillos*, término que ha caído en desuso. Actualmente en varios países de Latinoamérica se utiliza la palabra *pito* para los cigarrillos de marihuana. La asociación con el miembro sexual masculino se deriva de la forma de los cigarros.

Pucho: Es sinónimo de cigarrillo o colilla. La palabra tiene origen indígena, y significa sobrante, tanto en quechua como mapudungun. Inicialmente se le decía pucho en lunfardo a la última parte de un cigarro o de un cigarrillo (casi a la colilla) que era pedida por quién era un fumador menesteroso a otro más pudiente en dinero con frases estereotipadas como "¿tiene un pucho que le sobre?" o "¿me das un pucho?".[757]

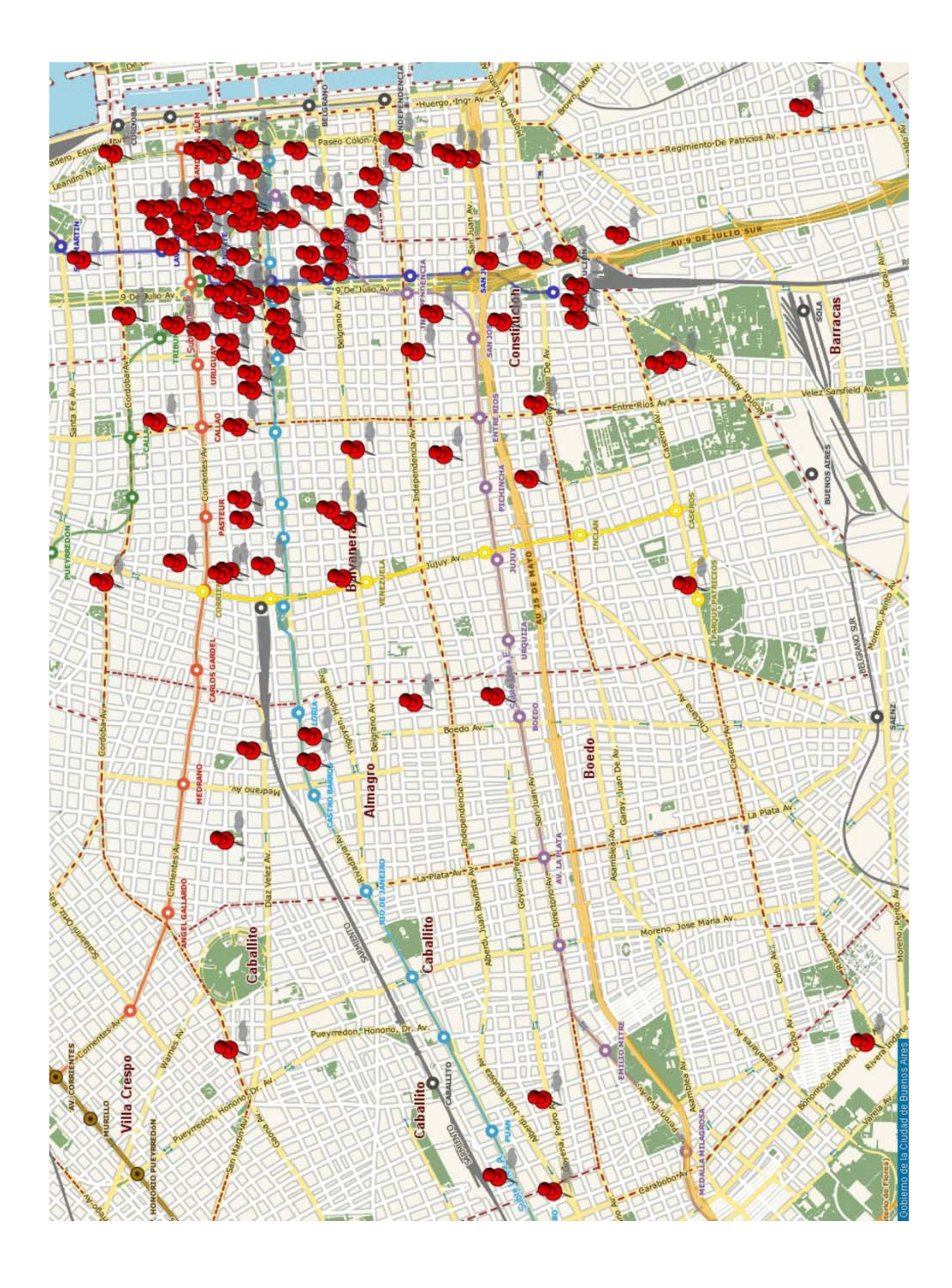
Rapé: Se trata de tabaco procesado, aromatizado y reducido a un fino polvo para ser consumido por vía nasal. Los aromas más típicos son de flores, menta, frutas, especias, canela o rosas. La palabra proviene del francés *râpé*, que significa rallado. Si bien su consumo declinó notablemente con el auge del cigarrillo, todavía se lo comercializa bajo el nombre de "tabaco de aspirar" o "Snuff". Durante el siglo XVIII inhalar tabaco era un lujo de las clases acomodadas y el rapé se convirtió en una moda extendida entre las personas más adineradas e influyentes. La tabaquera de rapé, primorosa y artísticamente decorada, objeto de museo por excelencia, quedó desde entonces ligada a la imagen de los aristócratas europeos.

Tabaco: Está aceptado que el origen del tabaco se sitúa en la zona andina entre Perú y Ecuador, pero su consumo y cultivo estaba extendido por todo el continente antes de la llegada de Colón. Los americanos originarios no solo fumaban tabaco, también lo aspiraban, mascaban, comían, bebían o untaban sobre su cuerpo. Se usaba en ritos, se esparcía en campos antes de sembrar, se ofrecía a los dioses, se derramaba sobre las mujeres antes de una relación sexual y se utilizaba como narcótico.
Rodrigo de Jerez y Luis de la Torre, compañeros de Cristóbal Colón, fueron los primeros europeos en conocer su existencia y difundirlo por Europa. Rodrigo de Jerez, a su vuelta a España, fue encarcelado por la Inquisición acusado de brujería, ya que solo el diablo podía dar a un hombre el poder de sacar humo por la boca.
Sobre la etimología de la palabra tabaco las versiones de cronistas españoles aseguran que proviene de la castellanización de Tobago, la isla antillana donde la planta fue descubierta. Sin embargo, lo más verosímil es que proceda del árabe *tabbaq*, nombre que se aplicaba en Europa desde al menos el siglo XV a diversas plantas medicinales.
El tabaco utilizado para la elaboración de cigarrillos a fines del siglo XIX y principios del XX era casi en su totalidad tabaco negro. Los productos de mayor precio (20 centavos o más) se confeccionaban con tabaco Habano importado directamente de Cuba, generalmente mezclado con algún tabaco de menor calidad. El que le seguía en precio era el tabaco Bahía, traído de Brasil, que costaba aproximadamente la mitad del Habano, y con él se elaboraba buena parte de los cigarrillos de 20 centavos. Los tabacos más económicos eran el Paraguayo y el Criollo, que se cultivaban en Paraguay y el norte de nuestro país, y se usaban mayormente en los productos populares de 10 centavos.
Los primeros tabacos rubios (Virginia, Burley y Maryland) recién se cultivaron en nuestro país a mediados de la década de 1920 en Bonpland, Misiones, extendiéndose luego a Corrientes, Chaco y Salta, aunque su producción fue escasa hasta la segunda mitad del siglo XX.
La importación de tabaco, especialmente para los productos de mayor calidad, disminuyó drásticamente en menos de diez años. Hacia 1946 el 60% del tabaco consumido venía de otros países, mientras que en 1955 la totalidad de los cigarrillos se elaboraba con tabaco nacional.

Las firmas tabacaleras en la Ciudad de Buenos Aires

Hacia finales del siglo XIX y principios del siglo XX la actividad política, comercial y financiera de la ciudad de Buenos Aires se centraba fundamentalmente en la zona cercana a la Casa de Gobierno y la Plaza de Mayo, dentro del rectángulo formado por las avenidas Corrientes, 9 de Julio, Belgrano y Paseo Colón/L. N. Alem. Estas calles engloban al llamado microcentro porteño (que termina hacia el sur en la Av. de Mayo) más las tres cuadras que hay entre las avenidas de Mayo y Belgrano y forman parte de los actuales barrios de San Nicolás y Monserrat.
Hemos confeccionado un mapa en donde localizamos varias de las direcciones de las distintas manufacturas de cigarrillos que se han presentado a lo largo de este libro. No hemos distinguido las direcciones que corresponden a los escritorios o a las oficinas comerciales de aquellas en las que estaban ubicados los talleres de manufactura o la fábrica propiamente dicha.
En total ubicamos más de 110 domicilios de tabacaleras, de las cuales casi la mitad se hallaban en el "microcentro extendido". En muchos casos estos negocios correspondían a las oficinas comerciales en las que se vendía el producto al público, mientras que los talleres estaban localizados hacia el sur o el oeste de la ciudad. Puede verse en el mapa que casi no había oficinas o talleres al norte de la Av. Córdoba, al oeste del barrio de Flores o al sur de la Av. Caseros. Las que estaban fuera del microcentro se ubicaban preferentemente sobre las Av. Rivadavia y Mitre, en las zonas de Constitución y Plaza Once o por los barrios de Balvanera, Caballito, Boedo, Almagro, Parque Patricios, San Cristóbal, Barracas, La Boca y San Telmo.
Las compañías más importantes estaban ubicadas en los siguientes barrios porteños:

Empresa	Domicilio	Barrio
La Sin Bombo, J. Canter	Humberto 1º y Sarandí (desde 1890)	San Cristóbal
La Hija del Toro, J. León	Cangallo (Perón) 932 - Castelli 241	San Nicolás - Balvanera
La Proveedora, Manuel y León Durán	Piedad y Artes (Mitre y Pellegrini) - Entre Ríos 1676	San Nicolás – Constitución
Cía. General de Tabacos	Rivadavia 1122 – Callao 535 – México 3486	Monserrat – San Nicolás - Almagro
La Invencible M. Malagrida	Esmeralda 240 – Perú 752 (desde 1909)	San Nicolás – San Telmo
La Abundancia, M. Méndez de Andés	Rivadavia 892/896 – Europa (Pedro Goyena) 2139	Monserrat - Flores
Piccardo y Cía.	Piedad (Mitre) 1848 – Defensa 1254/78 – San Juan 350 – Uspallata 1720	Balvanera – San Telmo – San Telmo - Barracas
Cía. Nacional de Tabacos	Paso 436 – Púan 470	Balvanera - Caballito
La Vencedora, P. Somay, F. Subízar	Moreno y Chacabuco – Santiago del Estero y Armonía (15 de Noviembre) – Boedo 150	Monserrat – Constitución - Almagro
Testoni y Chiesa (Bs. As.)	Florida y Corrientes	San Nicolás
Manuf. Nacional J. Daumas	Cangallo (Perón) 679	San Nicolás
La Comercial, C. Bolón	Belgrano 2349	Balvanera
La Fortuna, J. M. Busto	Libertad 673 - B. Mitre 1455 (desde 1900) – Santiago del Estero 1963	San Nicolás – San Nicolás - Constitución
El Día, F. Bernárdez	Paseo de Julio (L. N. Alem) 674	San Nicolás
La Defensa, D. Didiego	Pichincha 1550 – Venezuela 2353	San Cristóbal - Balvanera
Cigarrería Francesa, Brisson	Chacabuco 180 – Venezuela 2353	Monserrat - Balvanera
Cigarrería de Londres	Florida y Rivadavia - Rivadavia 6144 (taller)	San Nicolás - Flores
Otto F. Melchers	Esmeralda 155	San Nicolás
La Favorita, J. M. Ariza	Balcarce 375	Monserrat
Cía. Tabacalera Argentina	Cangallo (Perón) 2629	Balvanera
El Siglo XX	Jujuy 423 - Piedad (Mitre) 2257	Balvanera - Balvanera
La Capital, B Dirube	Piedad (Mitre) 1459 – Cuyo (Sarmiento) 680	San Nicolás – San Nicolás
La Generosa, Rodríguez y D´Amico	Rivadavia 1211 (desde 1900) – Alsina 1241 (desde 1905) – Paso 436 (desde 1909)	San Nicolás – Monserrat - Balvanera
Yolanda, F. Hormann	Cuyo (Sarmiento) 1346	San Nicolás



Paseo Colón Av.
Regimiento de Patricios Av.
AU 9 DE JULIO SUR
9 De Julio Av.
Constitución
Barracas
Velez Sarsfield Av.
Entre Ríos Av.
Santa Fe Av.
Córdoba Av.
Corrientes Av.
Belgrano Av.
Independencia Av.
San Juan Av.
Jujuy Av.
Balvanera
Boedo Av.
Boedo
Almagro
Medrano Av.
La Plata Av.
Moreno, Jose María Av.
Caballito
Villa Crespo
Pueyrredon, Honorio, Dr. Av.
Carabobo Av.
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Marcas comerciales que aparecen en este libro

Fabricantes y fábricas que aparecen en este libro

REFERENCIAS

[1] *The Argentine Republic Development, Facts and Trade Features*, J. P. Santamarina, New York, 1912.
[2] El dato aparece en el *Anuario General del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración de Buenos Ayres para los años 1854-1855*.
[3] Tomado de *Diccionario de Buenos Aires ó sea Guía de Forasteros*, de Antonio Pillado, Imprenta del Porvenir, Buenos Aires, 1864
[4] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, 1880. p. 1835
[5] *Guía descriptiva de los Principales Establecimientos Industriales de la República Argentina,* de 1895, Director A. Fernández Burzaco. Obra patrocinada por la Unión Industrial Argentina.
[6] *Commercial Directory of the American Republics*, Joseph J. Smith, Washington, Government Printing Office, 1897.
[7] Los datos biográficos son de los libros: *Manuel Malagrida, Los Orígenes de la Industria del Cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz y *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, catálogo editado en 1995 con motivo de la exposición en Barcelona de los carteles ganadores de los concursos de afiches de 1900 y 1901.
[8] La llegada de Malagrida a la Argentina fue muy desalentadora. De entrada lo estafaron al hacerle pagar 250 francos por un billete de barco que era subvencionado por el mismo gobierno argentino. Una vez en Buenos Aires, le fueron robados la documentación y el dinero que tenía.
[9] El dato aparece en el diario *El Correo de Gerona* del 18 de febrero de 1899, p. 3. Hasta la actualidad no queda claro cómo hizo Malagrida para adquirir El Telégrafo, una de las fábricas más importantes de fines del siglo XIX, cuando sus ventas todavía eran más bien modestas.
[10] Dato tomado de un aviso en el Nº 154 de la revista *Caras y Caretas* del 14 de septiembre de 1901.
[11] Semanario catalán *Ilustración Artística*, N° 1040 del 2 de diciembre de 1901.
[12] Tomado del sitio: http://www.olot.org/cultura/icco-site/icco-site/entrada_patrimoni-marcs/il-lustres-llistat.htm#9.
[13] La fotografía apareció en el Nº 260 de la revista *Caras y Caretas* del 26 de septiembre de 1903.
[14] Las imágenes coloreadas artificialmente de las marquillas PARÍS y PARISIEN de $0.10 llevan las solicitudes Nº 10651 y 10652 en la Oficina de Patentes y Marcas con fecha 12 de junio de 1902.
[15] Publicidad aparecida en el Nº 386 de la revista *Caras y Caretas* del 24 de febrero de 1906.
[16] Aviso publicado en el Nº 488 de la revista *Caras y Caretas* del 08 de febrero de 1908. La publicidad original era en blanco y negro y fue coloreada digitalmente. Hay un aviso posterior en el Nº 514 del 08 de agosto que solo tiene texto e indica que se seguirá respetando la validez de los cupones.
[17] Aviso publicado en el Nº 488 de la revista *Caras y Caretas* del 08 de febrero de 1908. La publicidad original era en blanco y negro.
[18] Ver el capítulo sobre La Vencedora y su fundador Guillermo Alonso en *Hombres de Negocios del Paraguay*, 1950. Nicasio Martinez Díaz y Facundo Recalde. Talleres Gráficos La Colmena S.A. Asunción, Paraguay.
[19] Imagen tomada del libro *Las Marcas de la Historia- Colección Antiguos Envases de Cigarrillos en Chile*, pág. 53, de Óscar Aedo Inostroza, Santiago, Chile 2006, ISBN 956310457-9.
[20] *Registro Nacional de la República Argentina*, año 1895 (segundo semestre). Buenos Aires. Taller Tipográfico de la Penitenciaría, pág. 1143.
[21] Ilustración de *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, pág. 22.
[22] La imagen coloreada artificialmente de la marquilla NO de $0.30 lleva la solicitud Nº 15772 en la oficina de patentes y marcas, con fecha 05 de julio de 1905.
[23] La imagen coloreada artificialmente de la marquilla DANDY de $0.15 lleva la solicitud Nº 10138 en la Oficina de Patentes y Marcas, con fecha 12 de octubre de 1901.
[24] Imagen tomada del libro *Las Marcas de la Historia- Colección Antiguos Envases de Cigarrillos en Chile*, pág. 62, de Óscar Aedo Inostroza, Santiago, Chile 2006, ISBN 956310457-9.
[25] Ya en el Nº 280 del 13 de febrero de 1904 de la revista *Caras y Caretas* se daban detalles del inicio del conflicto bélico. En los números siguientes se describía detalladamente y con fotografías la forma en la que iba evolucionando la guerra.
[26] La imagen coloreada artificialmente de la marquilla RUSOS de $0.20 lleva la solicitud Nº 13211 en la Oficina de Patentes y Marcas, con fecha 11 de febrero de 1904.
[27] La marca JAPONESES de $0.10 lleva la solicitud Nº 16392 en la Oficina de Patentes y Marcas, con fecha 04 de octubre de 1905.
[28] Dato tomado del sitio de Internet https://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_ruso-japonesa.
[29] La marca de papel para armar cigarrillos VIVA CUBA ESPAÑOLA se solicitó con fecha 19 de enero de 1897.
[30] Todas las publicidades fueron tomadas de la revista *Caras y Caretas* según el siguiente detalle: foto monocromo del carro-bombo, Nº 66 del 06 de enero de 1900; dibujo color del carro-bombo, Nº 112 del 24 de noviembre de 1900; foto del carro-bombo con la obra de Aleardo Villa, Nº 182 del 29 de marzo de 1902; carro cañón, Nº 144 del 06 de julio de 1901. Según la misma publicidad de 1901, la fábrica El Telégrafo de Malagrida elaboraba ese año 30 millones de ciga-

rrillos (algo más de 2 millones de atados) mensuales entre PARÍS y DANDICITO, es decir 10 millones más que el competidor más cercano.
[31] Estas imágenes fueron tomadas de los sitios de internet www.mercadolibre.com.ar y www.todocoleccion.net.
[32] Revista *Caras y Caretas*, Nº 104 del 29 de septiembre de 1900.
[33] Revista *Caras y Caretas*, Nº 109 del 03 de noviembre de 1900.
[34] Revista *Caras y Caretas*, Nº 111 del 17 de noviembre de 1900.
[35] Revista *Caras y Caretas*, Nº 114 del 08 de diciembre de 1900.
[36] *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, pág. 32. Allí se menciona que esta publicación es similar al Almanaque editado con motivo del Segundo Concurso, pero que fue imposible localizarla. Nuestra búsqueda por internet también arrojó resultados negativos.
[37] *La Ilustración Artística*, Barcelona, número 996, 28 de enero de 1901, páginas 86 y 87.
[38] La biografía resumida de Villalobos se obtuvo del libro de actas del *IX Congreso Nacional de Color*, Alicante, 29 y 30 de Junio, 1 y 2 de Julio de 2010, Universidad de Alicante.
[39] C. Villalobos-Domínguez, J. Villalobos, *Atlas de los colores*, Buenos Aires: El Ateneo, 1947.
[40] La imagen color del primer premio, y del resto de los carteles ganadores, fueron tomados de *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, páginas 57-66. La reproducción monocromática salió publicada en el Nº 138 de la revista *Caras y Caretas* del 25 de mayo de 1901.
[41] http://www.museodeldibujo.com.
[42] http://www.dante.edu.ar/web/dic/v.pdf.
[43] Dato tomado de la página de internet del Centro de Estudios Migratorios Latinoamericano. Allí figura Havre como su ciudad de origen y Pampa como el barco en el que llegó a la Argentina. http://www.cemla.com.
[44] La biografía de Lucien Métivet fue obtenida de: http://en.wikipedia.org/wiki/Lucien_M%C3%A9tivet.
[45] Revista *Caras y Caretas*, Nº 113 del 01 de diciembre de 1900.
[46] Revista *Caras y Caretas*, Nº 121 del 26 de enero de 1901.
[47] Si bien no fue posible encontrar una equivalencia directa entre el franco francés (que fue la moneda de reserva internacional en el siglo XIX y buena parte del XX) y el peso moneda nacional, en 1873 un franco equivalía a 0.29 gramos de oro, y en 1899 un peso m/n equivalía a 0.71 gramos de oro, por lo que 1 $m/n = 2.4 francos, bastante de acuerdo con la equivalencia de $m/n 10000 = francos 22000 que se expresa en los dos avisos. Para tener una idea muy aproximada del valor del premio se lo debe multiplicar por un factor que oscila entre 200 y 400 (año 2019), según pudimos estimar de los precios de algunos artículos que aparecían en revistas de la época, lo que equivale a unos US$ 100000 actuales. En aquel momento un dólar equivalía a $2.5 por lo que el premio era de unos US$ 4000. En 120 años el dólar se depreció un factor 25 lo que coincide con la estimación hecha a partir de los precios corrientes. El precio del oro aumentó casi un factor 200 con respecto al dólar en los últimos 120 años.
[48] Imagen obtenida de *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, pág. 35.
[49] Revista *Caras y Caretas*, Nº 151 del 24 de agosto de 1901.
[50] Adaptado de la revista *Caras y Caretas*, Nº 150 del 17 de agosto de 1901.
[51] Revista *Caras y Caretas*, Nº 161 del 02 de noviembre de 1901.
[52] El fallo del jurado fue tomado de la Revista *Caras y Caretas*, Nº 161 del 02 de noviembre de 1901.
[53] En el Nº 1040 de la revista *Ilustración Artística* del 2 de diciembre de 1901, se mencionan los países de los cuales llegaron obras: Alemania, Francia, España, Portugal, Italia, Inglaterra, Bélgica, Suiza, Austria, Hungría, Rusia, Holanda, Suecia, Noruega, Dinamarca, Grecia, Turquía, Estados Unidos, Filipinas, Japón, Cuba, Puerto Rico, Méjico, Santo Domingo, San Salvador, Guatemala, Nicaragua, Perú, Chile, Venezuela, Colombia, Brasil, Paraguay, Uruguay y República Argentina. En este mismo artículo hay una detallada descripción de los comienzos de Malagrida como tabaquero en nuestro país.
[54] *La Nación*, Buenos Aires, del 2 de octubre de 1901.
[55] Según se comenta en *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, pág. 45, el semanario *Sanch Nova*, Nº 74, del 24 de noviembre de 1901, dice de este concurso "*... baste decir que es el más grande que hasta ahora se ha celebrado en todo de mundo*" p.609. *El Almanaque* para 1902, p.13 nos dice: "*La exposición que se inaugura mañana es la más grande en su género que se haya realizado hasta la fecha, a pesar de haber usado ya este sistema de reclame poderosas empresas y colosales manufacturas de todas las naciones europeas*".
[56] Imagen extraída de la Revista *Caras y Caretas*, Nº 155 del 21 de septiembre de 1901.
[57] La imagen del cartel ganador del segundo concurso fue tomada de *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, pág. 81.
[58] El retrato de Aleardo Villa ha sido adaptado de *París Revista Ilustrada del Gran Concurso Universal de Carteles (Segundo de la Serie) de los Cigarrillos Paris*. *Almanaque para 1902*- Buenos Aires 1902.
[59] Comentario de Antoni Monturiol i Sanés en *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, pág. 45.
[60] *Catalunya Artística*, Nº 100, p. 307, Barcelona, 15 de mayo de 1902.
[61] Imagen tomada de la revista *Álbum Salón* del año 1902, editada en Barcelona. La versión digital puede obtenerse en el sitio de internet de la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España, www.bne.es.
[62] Imagen tomada de la revista *Álbum Salón* del año 1902, editada en Barcelona. La versión digital puede obtenerse en el sitio de internet de la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España, www.bne.es.

[63] "*En cuanto a su obra, y sin que pretendamos hacer crítica de ningún género, pues nos confesamos incompetentes. le diremos que ha sido desde el primer día nuestra favorita; pero convenimos también en que la parte accesoria, o sea la rotulación, no se adapta a las exigencias del reclame, El 'Cigarrillos París' queda confundido y casi imperceptible en el fondo gris del cartel*", *Historia de la publicidad*, página 67, de Antonio Checa Godoy, Netbiblo, La Coruña (2007).
[64] Imagen tomada de la revista *Álbum Salón* del año 1902, editada en Barcelona. La versión digital puede obtenerse en el sitio de internet de la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España, www.bne.es.
[65] Imagen tomada de la revista *Álbum Salón* del año 1902, editada en Barcelona. La versión digital puede obtenerse en el sitio de internet de la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España, www.bne.es.
[66] Imagen tomada de la revista *Álbum Salón* del año 1902, editada en Barcelona. La versión digital puede obtenerse en el sitio de internet de la hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España, www.bne.es.
[67] Imágenes adaptadas de *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, páginas. 86-90.
[68] Imágenes adaptadas de *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, páginas. 91-99.
[69] *La Vanguardia* del 30 de diciembre de 1984. http://hemeroteca-paginas.lavanguardia.com/.
[70] *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, Museu de la Garrotxa D´Olot, 2013. Incluye una revisión escrita por Antoni Monturiol y Leticia Martin y copia del almanaque de los cigarrillos PARÍS del concurso del año 1901. Disponible en el sitio de Internet http://www.olotcultura.cat/wp-content/uploads/cigarrillos_paris.pdf.
[71] Dato tomado del sitio de Internet de Rennert's Gallery http://www.rennertsgallery.com.
[72] Artículo en *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, pág., 46.
[73] *París Revista Ilustrada del Gran Concurso Universal de Carteles (Segundo de la Serie) de los Cigarrillos Paris*. *Almanaque para 1902*- Buenos Aires 1902.
[74] La imagen del aviso publicitario de las bicicletas Waverley de Alphonse Mucha fue tomada del sitio de internet http://www.encore-editions.com/alphonse-mucha-waverley-cycles-paris-1898.
[75] Hemos encontrado la imagen de una postal con la reproducción del aviso de las bicicletas Waverley con el sello del correo del año 1911, lo que demuestra que la obra es anterior a 1916.
[76] *Ells Concursos de Cartells dels Cigarrillos París*, pág., 96.
[77] Las publicidades fueron coloreadas digitalmente y salieron publicadas en la revista *Caras y Caretas*, Nº 421, 429, 420, 423, 413, 405, 415 y 409 del año 1906.
[78] El aviso fue tomado del N° 369 de la revista *Caras y Caretas* del 28 de octubre de 1905.
[79] El anuncio corresponde al N° 385 de la revista *Caras y Caretas* del 17 de febrero de 1906.
[80] Libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz, página 58. Versión electrónica disponible en www.cpcca.com.ar.
[81] Estos datos aparecieron en una extensa nota sobre la empresa publicada en el N° 607 de la revista *Caras y Caretas* del 21 de mayo de 1910, de donde también se tomó la imagen de la fachada de la fábrica.
[82] Las imágenes de las figuritas de los cigarrillos CENTENARIO corresponden al vendedor Shirley555 del sitio de subastas www.mercadolibre.com.ar.
[83] El aviso fue tomado del N° 591 de la revista *Caras y Caretas* del 29 de enero de 1910.
[84] La imagen de la postal de los cigarrillos CENTENARIO fue tomada del sitio de Internet http://filateliaarguello.com. También aparecieron en el N° 530 de la revista *Caras y Caretas* del 28 de noviembre de 1908.
[85] Revista *P.B.T.*, N° 209, página 68, 14 de noviembre de 1908
[86] El registro de los cigarrillos CENTENARIO apareció en el *Diario Oficial de la República Oriental de Uruguay* del 17 de mayo de 1910, página 525.
[87] El primer aviso con el rostro de San Martín es del N° 508 de la revista, mientras que el de Alvear es del N° 536. El correspondiente al Virrey del Pino apareció varios meses después, en forma aislada, en el N° 575.
[88] La publicidad del muchacho a caballo con la bandera de fondo es del N° 580 de la revista *Caras y Caretas* del 13 de noviembre de 1909. La dama con la antorcha y la bandera apareció en el N° 587, que fue la edición almanaque del 01 de enero de 1910.
[89] El aviso de la convocatoria al concurso de carros alegóricos es del N° 544 *Caras y Caretas* del 6 de marzo de 1909.
[90] Las bases y condiciones del concurso para el carro alegórico del centenario aparecieron publicadas en el N° 550 de la revista *Caras y Caretas* del 17 de abril de 1909.
[91] La foto del carro construido por la fábrica de los cigarrillos CENTENARIO desfilando en la celebración del centenario de la Revolución de Mayo salió publicada en el N° 609 de *Caras y Caretas* del 04 de junio de 1910.
[92] Las imágenes femeninas que se muestran son una selección tomada de los avisos que aparecieron en la contratapa de la revista *Caras y Caretas* a partir del Nº 627 (08 de octubre de 1910) y hasta el Nº 708 (27 de abril de 1912).
[93] El aviso del concurso del potrillo CENTENARIO, apareció, con diversas ilustraciones, desde el Nº 695 hasta el Nº 709 de la revista *Caras y Caretas*. La imagen fue tomada del Nº 703 del 23 de marzo de 1912.
[94] La publicidad es del Nº 710 de la revista *Caras y Caretas* del 11 de mayo de 1912.
[95] El artículo apareció en el Nº 723 de la revista *Caras y Caretas* del 10 de agosto de 1912.
[96] La convocatoria al segundo concurso apareció por primera vez en el Nº 722 de la revista *Caras y Caretas* del 03 de agosto de 1912. El aviso que se muestra es del número siguiente.
[97] La convocatoria al tercer concurso apareció por primera vez en el Nº 757 de la revista *Caras y Caretas* del 04 de abril de 1913. En los números sucesivos fueron apareciendo imágenes de las distintas joyas que se entregaban como premio. Los resultados se publicaron en el Nº 774 del 02 de agosto de 1913.

---

[98] La copia del registro del censo de la Capital Federal del año 1855 correspondiente a la familia Pose fue obtenida del sitio de Internet https://www.familysearch.org.
[99] Libro *Juan Posse, El Tabaquero Mitrista. Origen y Fundación de Mariano Acosta*, por Horacio Enrique Poggi, Ed. Dunken, 2013. El trabajo de investigación presentado en este libro refuta muchos de los datos biográficos e históricos sobre Juan Posse que fueron publicados en el periódico cultural *El Estandarte Porteño* año 2, Nº 12, noviembre de 2010 y la publicación *Mariano Acosta un pueblo con Historia* de Humberto J. Fernández disponible en internet http://www.casmarianoacosta.com.ar/mariano%20acosta/Mariano%20Acosta.htm. Del artículo en el periódico se utilizó la fotografía actual del edificio de la calle México y del sitio de internet se utilizó la fotografía del fundador de La Popular.
[100] Esto se desprende del acta de bautismo de Alfredo Daniel Posse en 1895, en donde los padrinos Bernardo y Julia Dirube declaran vivir en la misma casa que los Posse.
[101] El 02 de octubre de 1915 aparecieron los obituarios sobre Juan Posse en *La Nación*, p. 9; *La Mañana*; *Tribuna*, *La Prensa*, p. 12; *La Razón*, p. 3; *El Nacional*, p. 6.
[102] *Finanzas, Comercio e Industria en la República Argentina*, Buenos Aires, 01 de enero de 1899, p. 96.
[103] Publicidad tomada de la revista *La Broma*, 13 de julio de 1879.
[104] Estas marquillas pertenecen al Museo Mitre. Las imágenes digitales fueron gentilmente cedidas por Horacio E. Poggi.
[105] *Litografía, tipografía, calcografía Armanino: primi appunti e documenti*, Alice D'Albis. Bibliothecae.it, 6 (2017), 1, 317-360.
[106] El dato fue tomado de una publicidad aparecida en el diario *La Razón* de Rosario el día 31 de octubre de 1893.
[107] *Segundo Censo de la República Argentina, Boletín Industrial Nº32*, 10 de mayo de 1895.
[108] *Revista Ilustrada de Banca, Ferrocarriles, Industria y Seguros*, España, páginas 465-467, año 1913.
[109] La publicidad de los cigarrillos BOHEMIOS es una adaptación coloreada digitalmente del aviso aparecido en el Nº 112 de la revista *Caras y Caretas* del 24 de noviembre de 1900.
[110] Diario *La Nación*, 13 de enero de 1900, p. 4.
[111] *Boletín Oficial de la República Argentina*, Buenos Aires, 10 de octubre de 1906, página 196.
[112] Las imágenes de los cigarrillos REY DEL MUNDO, DOS ESTRELLAS y REPUBLICANOS se obtuvieron de la sección de la oficina de patentes y marcas del *Boletín Oficial*. Fueron coloreadas artificialmente.
[113] La historia completa de Falucho puede encontrarse en el sitio de internet. http://interdefensa.argentinaforo.net/t3995-historia-de-un-soldadoel-negro-falucho.
[114] El aviso apareció en una solicitada en el diario *El Bien Público*, ciudad de Salta, el 17 de enero de 1895.
[115] El dato fue tomado de una publicidad aparecida en el Nº 170 de la revista *Caras y Caretas* del 4 de enero de 1902.
[116] En enero de 1895 los cigarrillos LA POPULAR N º1, Nº 3 (hebra), Nº 3 (picadura), Nº 4 y Nº 5 se vendían a $0.10 la cajita de 14 unidades. LA POPULAR Nº 2 especiales, Nº 6 excepcionales (hebra), Nº 6 excepcionales (picadura) y Nº 8 excepcionales tenían un precio de $0.15 el atado. Publicidad en el diario *El Bien Público,* Salta, 17 de enero de 1895.
[117] Los cigarrillos MITRE de 20 y 30 centavos fueron registrados por la Compañía General de Tabacos el 01 de julio de 1909 mediante el acta Nº 26651.
[118] Tomada del Nº 587 de la revista *Caras y Caretas* del 01 de enero de 1910.
[119] La imagen coloreada artificialmente de la marquilla LA POPULAR Nº 1 de $0.10 lleva la solicitud Nº 10499 en la Oficina de Patentes y Marcas, con fecha 09 de abril de 1902.
[120] El aviso con el resultado del sorteo y una nota del agradecido ganador salió publicado en la revista *El Gladiador*, Nº 30, 27-jun-1902.
[121] Libro *Juan Posse, El Tabaquero Mitrista. Origen y Fundación de Mariano Acosta*, por Horacio Enrique Poggi, Ed. Dunken, 2013.
[122] La imagen de la estación fue adaptada del aviso publicado en el Nº 627 de la revista *Caras y Caretas* del 08 de octubre de 1910. El 18 de septiembre de 1910 la empresa organizó un viaje para 1400 personas para mostrar el estado de las obras de la estación y de las casas que estaba construyendo la empresa. La imagen actual de la estación Mariano Acosta fue tomada de http://trenesdel90y2000.blogspot.com/2010_07_01_archive.
[123] La publicidad sobre la entrega de casas fue tomada del Nº 512 de la revista *Caras y Caretas* del 25 de junio de 1910, aunque los primeros avisos sobre este concurso empezaron a aparecer en el mes de abril de 1910.
[124] El acta con los resultados del concurso apareció en el Nº 633 de *Caras y Caretas* del 19 de noviembre de 1910.
[125] El aviso es una adaptación del que apareció en el Nº 641 de la revista *Caras y Caretas* del 14 de enero de 1911.
[126] Las imágenes de la ubicación de Villa Posse en Rosario y Córdoba aparecieron en el Nº 637 de la revista *Caras y Caretas* del 17 de diciembre de 1910. Allí se destaca la cercanía de ambas urbanizaciones a las ciudades respectivas, y la posibilidad de contar con el servicio de tren.
[127] *Boletín Oficial de la República Argentina*, Buenos Aires, 13 de abril de 1912, página 1099.
[128] Gonzalo Zaragoza Rovira, *Anarquismo argentino, 1876-1902*. Ediciones de la Torre, Madrid, 1996.
[129] En el libro de Reginald Lloyd, *Impresiones de la República Argentina en el Siglo XX*, Londres, 1911, p. 452, se menciona que la Compañía General de Tabacos invirtió la cantidad de $1.500.000 para financiar el concurso, conceptuándolo como el mayor premio concedido en Sud América.
[130] La publicidad de los MITRE apareció por primera vez en el Nº 565 de *Caras y Caretas* del 31 de julio de 1909.
[131] 02 de octubre de 1915, obituarios sobre Juan Posse en *La Nación*, p. 9 y *La Razón*, p. 3.

[132] El aviso del concurso por el monumento al General Mitre fue publicado en el Nº 404 de la revista *Caras y Caretas* del 30 de junio de 1906.
[133] El texto con la historia de la fábrica de Domingo Canter y luego de su hijo Juan es una adaptación del artículo *Los Grandes Establecimientos Industriales – La Sin Bombo* que apareció en la edición almanaque Nº 378 de la revista *Caras y Caretas* del 01 de enero de 1906.
[134] El dato sobre la ascendencia irlandesa de Domingo Canter aparece en el libro *Artes, ciencias y letras en la América Colonial*: investigaciones presentadas en el simposio internacional homónimo realizado en Buenos Aires los días 23, 24 y 25 de noviembre de 2005, por Roberto Casazza et al. p. 156.
[135] Libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz, versión electrónica disponible en www.cpcca.com.ar.
[136] En el *Diccionario de Buenos Aires ó sea Guía de Forasteros*, de Antonio Pillado, Imprenta del Porvenir, Buenos Aires, 1864 y en *Impuesto de Patentes. Registro de los contribuyentes de la Ciudad de Buenos Aires*. Imprenta argentina de El Nacional (Bolívar 41), 1870, figura Defensa 7, En el *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de España, Ultramar, Estados Hispano-Americanos y Portugal, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Nacional y Extranjera*. (Bailly-Bailliere) de 1879 (p. 1356) Defensa 57. En las ediciones de 1880 hasta 1888, Defensa 100 y a partir de 1892, Defensa 144, con el nombre de Juan Canter. Desconocemos si las variaciones son debidas a cambios de numeración en las calles (en la Ciudad de Buenos Aires se produjo el 22 de junio de 1887), a mudanzas dentro de una misma cuadra o simplemente a errores en el registro de los datos de las fábricas.
[137] Según el censo de 1855 Domingo Canter de 35 años estaba casado con Josefa Martínez, española de 25 años, y llevaban dos años de residencia en el país. Ambos se declaraban como cigarreros de oficio. Ya tenían una hija de 10 meses, llamada Josefa, nacida en la Argentina.
[138] Dato extraído de una publicidad de la marca aparecido en el Nº 978 de *Caras y Caretas* del 30 de junio de 1917.
[139] En el Nº 354 de *Caras y Caretas* del 15 de julio de 1905 aparece una publicidad que dice: "SUBLIMES, cuarenta años de éxito prueban que nadie pudo igualarlos jamás", de donde se deduce que fueron creados en 1865. Sin embargo en un aviso del Nª 978 de 1917 en la misma revista dice que los SUBLIMES aparecieron en 1872 y los IDEALES en 1894.
[140] En el Nº 332 de la revista *Caras y Caretas* del 11 de febrero de 1905 apareció una publicidad en la que se mencionan las marcas elaboradas por La Sin Bombo con sus respectivos precios de venta: ÚNICOS (40 centavos); SUBLIMES y LA SIN BOMBO (30 centavos); IDEALES, CAPRICHOS y CUARTERO (20 centavos); TERCETO y TITANES (10 centavos).
[141] Según la publicidad del Nº 257 de la revista *Caras y Caretas* del 05 de septiembre de 1903 los cigarrillos CAPRICHOS son la "última creación de La Sin Bombo". La primera publicidad en donde aparece la marca es del 08 de agosto de 1903.
[142] El primer aviso de los cigarrillos PATRIA en *Caras y Caretas* apareció en el Nº 563 del 17 de julio de 1909.
[143] La biografía de Alejandro Bianchi aparece en el *Diccionario Biográfico Ítalo-Argentino* disponible en el sitio de internet www.dante.edu.ar/web/dic/b.pdf.
[144] Imagen procesada digitalmente a partir de la publicidad del Nº 332 de *Caras y Caretas* del 02 de noviembre de 1905.
[145] Las marcas INCOMPARABLES y SARGENTO CABRAL se registraron en 1896, EXQUISITOS en 1905 (acta Nº 15855), BUENOS AIRES (acta Nº 24717) y NACIONALES (acta Nº 24718) en 1908 junto con los PATRIA que fueron los que salieron a la venta, JUNCALES en 1909 (acta Nº 27647) e INDEPENDIENTES (acta Nº 34050) en el año 1911.
[146] *Guía descriptiva de los principales Establecimientos Industriales de la República Argentina,* de 1895, Director A. Fernández Burzaco, pp. 222-224. Obra patrocinada por la Unión Industrial Argentina.
[147] Tomado del aviso aparecido en el Nº 247 de *Caras y Caretas* del 27 de junio de 1903.
[148] Tomado del aviso aparecido en el Nº 248 de *Caras y Caretas* del 04 de julio de 1903.
[149] Publicidad del Nº 253 de la revista *Caras y Caretas* del 08 de agosto de 1903.
[150] Imagen procesada digitalmente a partir de la publicidad del Nº 257 de *Caras y Caretas* del 05 de septiembre de 1903.
[151] El dato apareció en la publicidad del Nº 268 de *Caras y Caretas* del 21 de noviembre de 1903.
[152] Imagen procesada digitalmente a partir de la publicidad del Nº 268 de *Caras y Caretas* del 28 de noviembre de 1903.
[153] El concurso comenzó a promocionarse en el Nº 280 de *Caras y Caretas* del 13 de febrero de 1904.
[154] Pilar Cagiao Vila, *Fuentes para el estudio de las conmemoraciones de las independencias: el caso del centenario argentino en la biblioteca América de la Universidad de Santiago de Compostela*, (2010). Tomado del sitio de internet http://www.pucsp.br/cehal/downloads/textos/textos_congresso/23_07_2010_Ponencia_Maria_Pilar_Cagiao_Vila.pdf.
[155] Las imágenes de las medallas fueron tomadas del sitio de subastas www.mercadolibre.com.ar, vendedores elgriego72 y soleilantiguedades.
[156] La imagen de la medalla de los cigarrillos PATRIA y los detalles sobre su producción fueron proporcionados por el coleccionista Sebastián M. Panozzo, miembro del Centro Numismático Buenos Aires.
[157] Juan Canter hijo pronunció el discurso de cierre de la Primera Exposición Argentina de Numismática el 19 de noviembre de 1934. Publicado en el *Boletín del Instituto Bonaerense de Numismática y Antigüedades*, Nº 16, pp. 13-29, 1989.

[158] *El pensamiento alternativo en la Argentina del siglo XX, Identidad, Utopía Integración (1900-1930)*, Tomo 1. Dirigido por Hugo Edgardo Biagini y Arturo Andrés Roig, Editorial Biblos (2004). Artículo de Adrián Celentano, *Una Quimera de Progreso: La Estrella del Sur*, p.182. Aquí se desliza un error en cuanto a la fecha hasta la que Juan Canter padre tuvo actividad en publicaciones históricas, ya que falleció en 1924. Quien publicó al menos hasta fines de 1940 fue su hijo, un reconocido historiador que tenía el mismo nombre que su padre.
[159] Dato tomado de *Las Revistas Literarias Argentinas (1893-1967),* por H. Lafleur, S. Provenzano y P. Alonso. Capítulo *La Primera Vanguardia* (1893-1914) publicado en www.el8voloco.com.ar/pdf/revistas.pdf. Entre los colaboradores más destacados podemos mencionar a Emilio Vera y González, José Gonzáles Galé, Pablo della Costa, José Cibils, Martín Dedeu, Luis Taboada, Mauricio Nirenstein, Vicente Nicolau Roig, Carlos Ortiz y Manuel J. Sumay.
[160] Lorenzo Fernández Duque, *Revista Ideas*, Año I, Tomo 1, Nº 2, junio, 1903, pp. 189-194 y artículo de Verónica Delgado, FAHCE-UNLP en http://es.scribd.com.
[161] Los datos fueron tomados del artículo *Bibliotecas José J. Biedma y José A. Pillado* del Archivo General de La Nación. Dirección de la obra: Graciela Swiderski. http://www.mininterior.gov.ar/archivo/publicacion/Biedma.pdf
[162] Graciela Batticuore. *Lectura y consumo en la cultura argentina de entresiglos*. Estudios 15:29 (enero-junio 2007): 123-142
[163] La imagen del aviso de los cigarrillos IDEALES fue procesada digitalmente a partir de la publicidad del Nº 373 de *Caras y Caretas* del 25 de noviembre de 1905.
[164] *Bibliografía del General Don José de San Martín y de la emancipación sudamericana*. Carlos I. Salas, Buenos Aires, Compañía Sudamericana de Billetes de Banco, 1910.
[165] José Luis Cantilo fue un reconocido político de origen radical, Intendente de la Ciudad de Buenos Aires entre 1919 y 1921 y gobernador de Buenos Aires en el período 1922-1926. También fue miembro de la Academia Nacional de la Historia, el Instituto Histórico del Perú, la Academia Nacional de Historia del Ecuador y el Instituto Histórico y Geográfico del Uruguay.
[166] La publicidad fue tomada del Nº 575 de la revista *Caras y Caretas* del 09 de octubre de 1909. A pesar de que La Sin Bombo publicó cientos de avisos en esta revista, muy pocas veces contrató el espacio de la contratapa que se editaba en color. Una de esas ocasiones fue en el lanzamiento de los cigarrillos PATRIA.
[167] Dato obtenido del aviso aparecido en el Nº 563 de la revista *Caras y Caretas* del 17 de julio de 1909.
[168] Algunas de las obras del catálogo eran: *El Huésped de la Media Noche* de Frank Merrick White,*¡Desenmascarado!* de Headon Hill, *El Club de los Ladrones* de Henry A. Hering, *Martin Hewitt, Detective* de Arthur Morrison y *Un Artista* de John R. Carling.
[169] Hacia mediados de 1910 apareció en el Nº 620 de *Caras y Caretas* una lista más completa de los títulos disponibles en la biblioteca CHIC, que incluía las obras: *Encanto Invisible, La Caja de los Diamantes, El Doctor Veneno, Falsa Evidencia, La Caja Viviente, Corazón de Soldado, El Canciller Rojo, La Esclava del Silencio, La Mano Invisible, Triunfos de M. Hewitt, El Príncipe de los Timadores.*
[170] Esta foto salió publicada en el Nº 390 de *Caras y Caretas* del 24 de marzo de 1906. Fue la primera foto coloreada no solo en lo referido a avisos comerciales, sino a cualquier tipo de artículo aparecido en la revista.
[171] Imagen adaptada del aviso aparecido en el Nº 905 de la revista *Caras y Caretas* del 05 de febrero de 1916.
[172] Aviso aparecido en el Nº 918 de la revista *Caras y Caretas* del 06 de mayo de 1916.
[173] Publicidad adaptada del aviso aparecido en el Nº 1014 de *Caras y Caretas* del 09 de marzo de 1918.
[174] La publicidad color es del Nº 392 de la revista *Caras y Caretas* del 07 de abril de 1906.
[175] Aviso aparecido en el Nº 1032 de la revista *Caras y Caretas* del 13 de julio de 1918.
[176] La referencia apareció en una carta de lectores del diario *La Nación* el sábado 12 de junio de 2004. Sin embargo hay algún error con las fechas, pues el primer automóvil al que se hace referencia llegó al país en 1895, por lo que en 2004 se cumplieron 109 años. Según datos recabados en internet el primer automóvil que ingresó al país, en 1887, fue un triciclo a vapor De Dion - Bouton, traído por Dalmiro Varela Castex, quien dos años después trae un Daimler (se supone que es el que posee el Automóvil Club Argentino). En 1895 la misma persona introdujo el Benz, primer vehículo oficialmente patentado en la Ciudad de Buenos Aires.
[177] Los datos biográficos de Manuel Durán fueron tomados de la página de internet http://www.puebladelmaestre.com y del artículo *Manuel Durán y La Proveedora – La historia de un tabaquero español en la Argentina* escrito por Juan José Ruiz y disponible en http://cpcca.com.ar.
[178] En los datos del censo de 1895 que aparecen en el sitio https://www.familysearch.org figuran en el domicilio de la calle Piedad 974 además de los seis miembros de la familia Durán, los nombres de José Macedo Durán de 22 años (probablemente algún pariente), Águila Tebas, Joaquina Galindo, Antonia Boutron, Graciana Ferreira y Mercedes Munnce, seguramente parte del personal que ayudaba con las tareas del hogar.
[179] El dato sobre la fecha de origen de la fábrica y la foto de la calle Piedad y Artes los hemos extraído del artículo *La fábrica de tabacos La Proveedora* aparecido en *La Ilustración Española y Americana*, Madrid, Nº 42 del 15 de noviembre de 1895. Sin embargo, en el libro Manuel C. Chueco. *Los Pioneers de la Industria Nacional*. t I, Buenos Aires, 1886, dan a 1875 como el año de fundación de la fábrica.
[180] Parte de estos datos fueron tomados del artículo *Los españoles en la Argentina-Los hermanos Durán* aparecido en el diario español *El País-Diario Republicano*, del jueves 20 de octubre de 1910.
[181] Manuel C. Chueco. *Los Pioneers de la Industria Nacional*. t I, Buenos Aires, 1886.
[182] Dimas Helguera. *La producción argentina en 1892*. Buenos Aires, 1893.

[183] Los datos sobre los premios otorgados a La Proveedora están detallados en el libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz, versión electrónica disponible en www.cpcca.com.ar.
[184] Dato tomado de la página de internet del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, http://www.buenosaires.gob.ar. Observatorio de Colectividades, Club Español de Buenos Aires.
[185] Foto tomada del sitio de internet http://www.foro-ciudad.com/badajoz/puebla-del-maestre.
[186] Foto tomada del sitio de internet http://www.cedercampisur.com.
[187] Los datos biográficos fueron tomados de http://es.wikipedia.org.
[188] Los datos biográficos de los militares argentinos fueron tomados de http://es.wikipedia.org.
[189] La historia de la huelga de cigarreros de La Proveedora es un resumen del artículo *Una periodización de la agitación obrera en Buenos Aires (1887-1893)* de Lucas Poy, aparecido en *Trabajadores - Ideologías y experiencias en el movimiento obrero, Revista de historia*, Año I. Nº 1, 1º semestre de 2011. http://trabajadoresrevistahistoria.blogspot.com
[190] *Patrimonio Arquitectónico, Tomo II* (*capítulo Infraestructura*). Ministerio de Cultura de la Nación Argentina. p. 37, nov 30, 2015.
[191] Un artículo muy completo sobre la historia de la Compañía Sudamericana de Billetes de Banco puede leerse en el artículo de Nora Emma Matassi disponible en: https://ifinra.files.wordpress.com/2018/05/sudamericana_billetes.pdf
[192] Dato publicado en http://www.cecra.com.ar.
[193] La foto de la Fragata Presidente Sarmiento fue tomada del sitio de Internet http://www.histarmar.com.ar. Corresponde aproximadamente al año 1920 y pertenece al archivo de Ricardo Larrondo. En ese mismo sitio se pueden encontrar muchísimos datos sobre el primer buque escuela moderno que tuvo la Argentina.
[194] Los datos biográficos del Almirante Julián Irizar fueron tomados de http://es.wikipedia.org.
[195] Las fechas y correspondientes actas de renovación de la marca MONTEVIDEO son: 03 de noviembre de 1910, acta Nº 31350; 18 de mayo de 1911, acta Nº 33397; 23 de diciembre de 1920, acta Nº 79374; 25 de febrero de 1921, acta Nº 80415; 23 de octubre de 1931, acta Nº 157182; 19 de diciembre de 1941, acta Nº 235920.
[196] Aviso aparecido en el Nº 198 de la revista *Caras y Caretas* del 09 de julio de 1902.
[197] La ilustración del Escudo de la República Oriental del Uruguay fue obtenido de http://www.ngw.nl.
[198] Aviso aparecido en el Nº 170 de la revista *Caras y Caretas* del 04 de enero de 1902.
[199] Según se indica en la publicidad del Nº 269 de la revista *Caras y Caretas* del 28 de noviembre de 1903.
[200] Adaptación del aviso aparecido en el Nº 269 de la revista *Caras y Caretas* del 28 de noviembre de 1903.
[201] El aviso apareció en el Nº 267 de la revista *Caras y Caretas* del 14 de noviembre de 1903.
[202] El dato fue publicado en el Nº 269 de la revista *Caras y Caretas* del 28 de noviembre de 1903.
[203] La carta y la publicidad con la foto del Duque de los Abruzos pueden verse en el Nº 300 de la revista *Caras y Caretas* del 02 de julio de 1904.
[204] María Soledad Pessi. *Análisis sociolingüístico de avisos publicitarios gráficos en español bonaerense (1880-1930).* Tesis de doctorado en letras. Universidad Nacional del Sur (2015).
[205] Los datos sobre las características del cultivo de tabaco en la región cubana de Vuelta Abajo fueron tomados del sitio de internet http://www.cigarros-puros.com.
[206] De arriba hacia abajo y de izquierda a derecha los avisos aparecieron en los números 458, 467, 483, 583, 581 y 493 de la revista *Caras y Caretas*.
[207]http://www.msal.gob.ar/tabaco/images/stories/info-para-ciudadanos/pdf/2013-07_GYTS-2012-resumen-ejecutivo.pdf
[208] El primer aviso del "Misterio de cómo comprar sin dinero" en la revista *Caras y Caretas* apareció en el Nº 325 del 24 de diciembre de 1904.
[209] La revelación del Misterio fue publicada en el Nº 334 del 25 de febrero de 1905 de la revista *Caras y Caretas*.
[210] A partir del Nº 334 de la revista *Caras y Caretas*, y durante casi todo el año 1905 aparecieron distintos avisos en los que se ilustraban los premios y la cantidad necesaria de marquillas para obtenerlos.
[211] En el año 1910 una libra esterlina equivalía a $11.5 moneda nacional.
[212] Los resultados del concurso porteño salieron publicados en el Nº 610 de *Caras y Caretas* del 11 de junio de 1910.
[213] La convocatoria y los resultados del segundo concurso aparecieron en el Nº 625 y en el Nº 641 de *Caras y Caretas*.
[214] La publicidad que se muestra salió en el Nº 643 de la revista *Caras y Caretas* del 28 de enero de 1911.
[215] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, Año I de la publicación, 1879. p. 1356.
[216] La equivalencia entre la numeración antigua y actual de muchas calles de Buenos Aires puede consultarse en: http://www.apellidositalianos.com.ar/numeracion-antigua-y-nueva-de-las-calles-de-la-cdad-de-bs-as.html
[217] *La Fábrica de Tabacos La Hija del Toro de José León y Cía.* En: Ensayos económicos. R. Foster y C. M. Vico. Monografías Industriales, presentadas en la clase de Economía Política que dicta el Dr. Félix Martín y Herrera. Buenos Aires, casa editora de Coni Hnos., 1900. p. 3.
[218] Justo Maeso. *Registro Estadístico del Estado de Buenos Ayres*, N°6, 1855.
[219] *Impuesto de Patentes. Registro de los contribuyentes de la Ciudad de Buenos Aires*. Imprenta argentina de El Nacional (Bolívar 41). Año 1870. El valor impositivo de la cigarrería de José León era de $1500 y estaba entre las seis más importantes de la Ciudad de Buenos Aires.
[220] *Guía descriptiva de los Principales Establecimientos Industriales de la República Argentina,* de 1895, Director A. Fernández Burzaco. Obra patrocinada por la Unión Industrial Argentina, pp. 547-548.

[221] *Guía general de comerciantes por orden de profesiones*. Buenos Aires, 1879.
[222] Los censos nacionales se realizaron el 15-17 de septiembre de 1869 y el 10 de mayo de 1895. Los datos están disponibles en el sitio de internet www.familysearch.org.
[223] *Boletín Oficial de la República Argentina,* Nº 6687 del 04 de mayo de 1916, p. 15.
[224] *Letras argentinas: una mirada a la industria tipográfica del siglo XIX a través de la Fundición Nacional de Tipos para Imprenta de la Familia Estrada*. Marina Gravier y Fabio Ares, Arcos Design Rio de Janeiro, V. 7 N. 1, pp. 21-56, jul. 2013.
[225] *La prensa satírica Argentina del Siglo XIX: palabras e imágenes*. Vol. 2, Claudia Román, 2010. Tesis presentada con el fin de cumplimentar con los requisitos finales para la obtención del título Doctor de la Universidad de Buenos Aires en Letras.
[226] Este dato anecdótico aparece mencionado en el sitio https://www.abc.es/historia/abci-absurda-muerte-general-vasco-atemorizo-espana-boinas-rojas-201805030105_noticia.html
[227] Tomado del sitio de internet http://www.infobae.com/economia/2017/01/10/presion-tributaria-los-seis-productos-con-mayor-cantidad-de-impuestos-al-consumo/
[228] http://www.cigaretteprices.net.
[229] La descripción se basa en los datos mencionados en: *La Fábrica de Tabacos La Hija del Toro de José León y Cía*. En: Ensayos económicos. R. Foster y C. M. Vico. Monografías Industriales, presentadas en la clase de Economía Política que dicta el Dr. Félix Martín y Herrera. Buenos Aires, casa editora de Coni Hnos., 1900.
[230] Dato y fotos tomadas del Nº 508 de la revista *Caras y Caretas* del 27 de junio de 1908.
[231] *Guía descriptiva de los Principales Establecimientos Industriales de la República Argentina,* de 1895, Director A. Fernández Burzaco. Obra patrocinada por la Unión Industrial Argentina, pp. 528-529.
[232] Imagen tomada del sitio de Internet del Museo del Traje de España, http://ceres.mcu.es. Corresponde a la imagen con número de catálogo CE024021.
[233] La fecha de nacimiento de Manuel Méndez de Andés aparece citada en *La presencia y significación de los notables en las sociedades de inmigrantes. Un estudio de caso: Manuel Méndez de Andes*. Marcelo Garabedian, Museo Roca-UBA. 2007 https://www.aacademica.org/000-108/433. Esta fecha es consistente con los datos del censo del 10 de mayo de 1895 en donde acredita tener 48 años. Allí se menciona que llegó al país en 1861, es decir que tenía 13 o 14 años. Estos datos difieren de los que aparecen publicados en otro sitio de internet en donde su fecha de nacimiento es en el año 1846 y se menciona que llegó al país con doce años de edad, por lo que debería haber llegado en 1858 o 1859. http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/bameric/91305021870918830532279/209468_0022.pdf
[234] La publicidad apareció en la revista *El Mosquito* del 31 de enero de 1875.
[235] El artículo apareció en el Nº 7 del semanario *Martín Fierro* del 16 de octubre de 1876.
[236] El aviso al público sobre el cambio de etiqueta apareció en *El Correo de las Porteñas* del 03 de diciembre de 1876.
[237] Dato tomado de una publicidad aparecida en *La Cotorra* el 12 de octubre de 1879.
[238] La foto de la fábrica de La Abundancia fue tomada de la página de internet http://zanobbi.wordpress.com. Originalmente salió publicada en el Nº 1 de *La Ilustración Sud Americana* del 1º de diciembre de 1892,
[239] El artículo original fue reproducido en una serie de varias publicaciones consecutivas en la revista *La Aurora* en los meses de mayo y junio 1879. De allí hemos tomado los datos que aparecen consignados.
[240] Aparecido en el diario *El Pueblo* (Mercedes) el 04 de enero de 1879 y reproducido en la revista *La Aurora* en mayo-junio de 1879.
[241] El aviso de los cigarrillos MÉNDEZ y CAPORALES apareció en la revista *La Broma* del 13 de julio de 1879.
[242] El dato aparece en la publicación *Reports and Awards of the International Exhibition – United States Centennial Commission*, editado por Francis A. Walker, Philadelphia 1878. Página 130.
[243] El aviso en el que se menciona el número de inscripción de los cigarrillos HIGIÉNICOS apareció en la revista *La Broma* del 10 de noviembre de 1881.
[244] El aviso de lo cigarrillos HIGIÉNICOS en la revista *La Broma* en donde se mencionan los premios obtenidos es del 24 de febrero de 1881.
[245] El aviso de los cigarrillos TURCOS ESPECIALES apareció en la revista *La Broma* del 23 de julio de 1881.
[246] *Guía descriptiva de los Principales Establecimientos Industriales de la República Argentina,* de 1895, Director A. Fernández Burzaco. Obra patrocinada por la Unión Industrial Argentina, pp. 570-571.
[247] La ilustración con las mujeres trabajando en la confección de cigarrillos fue tomada de la revista *La Ilustración Sudamericana* del 01 de marzo de 1893.
[248] El aviso de los cigarrillos EXCÉLSIOR corresponde al año 1886 y fue obtenido del sitio de Internet: https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Cigarette_cards#/media/File:Cigarrillos_excelsior_aviso_1886.jpg.
[249] Estos datos aparecieron en el Nº 818 de la *Ilustración Artística* (España) del 30 de agosto de 1897, p.570, luego de su fallecimiento. Además de ofrecer su dinero y propiedades en caso de una guerra con los Estados Unidos, Méndez de Andés dijo: "Después me quedará la vida, que desde ahora ofrezco".
[250] San José de Flores era el nombre del partido de la provincia de Buenos Aires que abarcaba los actuales barrios del oeste porteño. Luego de la federalización de la ciudad de Buenos Aires en 1880, los partidos de San José de Flores y Belgrano fueron cedidos por la provincia de Buenos Aires e incorporados en 1888 a la Capital Federal.
[251] Artículo aparecido en el Nº 182 de la revista *Caras y Caretas*, correspondiente al 29 de marzo de 1902, sobre el monumento a Manuel Méndez de Andés.

[252] Si bien la bóveda era "a perpetuidad" en el sitio http://zanobbi.wordpress.com/2008/09/28/ecco-la-familia hay un comentario que indica que en noviembre de 2010 se había vendido el mausoleo de Manuel Méndez de Andés y que habían sido retirados los ataúdes, ornamentos y hasta su busto.
[253] El año de nacimiento de Manuel (sobrino) aparece en un artículo publicado en el diario ABC de Madrid el 08 de enero de 1911, en el que se describe extensamente su persona y su actividad industrial en forma muy elogiosa. Consultamos la base de datos de emigrantes que entraron a la Argentina por el puerto de Buenos Aires (www.celma.com.ar) y encontramos cuatro viajes de Manuel Méndez de Andés desde España en agosto de 1910 (tenía 37 años), mayo de 1911 (37 años), abril de 1912 (38 años) y febrero de 1918 (46 años). Si bien hay inconsistencia con algunas fechas, es seguro que su nacimiento fue en 1872 o 1873.
[254] La foto de Manuel Méndez de Andés salió publicada en el Nº 818 de la *Ilustración Artística* (España) del 30 de agosto de 1897, p.570, poco tiempo después de su fallecimiento.
[255] La historia de Manuel Méndez de Andés (tío y sobrino) y de Villa Excélsior apareció en una nota de David Piñeiro Fuentes en el periódico español de la región de Asturias, *La Voz del Occidente*, en noviembre de 2008 (el sitio web es http://www.lavozdeloccidente.com). También hay una versión adaptada de la historia de Villa Excélsior en el sitio http://casonasdeindianos.blogspot.com.ar/2010/05/100-villa-excelsior-luarca-valdes.html
[256] Existe un blog en internet (http://zanobbi.wordpress.com) para tratar de salvar Villa Excélsior, ya que quedó abandonada luego de la muerte de la hija de Manuel Méndez de Andés (sobrino). En ese sitio hay incontables y muy interesantes historias sobre la casa y sus moradores. De allí tomamos la foto del sobrino del fundador de La Abundancia.
[257] Estos datos aparecen en un juicio que inició Tarsilia Blanco, la viuda de Méndez de Andés, contra Fernando Sanjurjo por la falta de pago de las utilidades societarias luego de la muerte de su esposo. Algunas páginas del documento original pueden encontrarse en https://zanobbi.wordpress.com/2014/11/25/cap-arcona/#comments.
[258] La nota sobre la muerte de Manuel Méndez de Andés a bordo del paquebote Cap. Arcona frente a Lisboa, apareció en los diarios *El Heraldo* y *La Libertad* de Madrid el 25 de junio de 1931. Extrañamente el cable está titulado "Muere en alta mar un acaudalado argentino".
[259] Este crucero de lujo de bandera alemana tuvo un trágico final al terminar la segunda guerra mundial, cuando ya se había transformado en un centro de exterminio de prisioneros de guerra. Su historia puede leerse en el sitio de internet https://en.wikipedia.org/wiki/SS_Cap_Arcona_(1927).
[260] Si su año de nacimiento fue 1872, su edad en 1931 sólo podía ser de 58 o 59 años. El dato de 61 años sale de un reportaje a su hija Tarsila, en el que se menciona correctamente a 1931 como el año del fallecimiento de su padre.
[261] Según noticias aparecidas en un periódico español regional, una empresa constructora está trabajando desde fines de 2016 para convertir a la abandonada Villa Excélsior en un lujoso hotel de cinco estrellas. La nota salió publicada en: http://www.lne.es/occidente/2016/12/22/instalan-primera-grua-iniciar-reforma/2031827.html
[262] Esta fecha se deduce de las propagandas aparecidas en los Nº 335, 347 y 351 de la revista *Caras y Caretas* de 1905 en donde se dice que la marca lleva 25 años de éxito.
[263] La publicidad original apareció en el sitio de subastas www.todocoleccion.net
[264] El aviso apareció en el Nº 335 de la revista *Caras y Caretas* del 4 de marzo de 1905.
[265] El texto de la publicidad fue tomado del aviso aparecido en el Nº 351 de *Caras y Caretas* del 24 de junio de 1905.
[266] Publicado en el *Boletín Oficial* del 21 de septiembre de 1908 al cumplirse un nuevo aniversario de la marca EXCÉLSIOR. El acta de inscripción es la Nº 22234.
[267] La imagen del reloj y la explicación de su particular forma de funcionamiento fueron tomadas de la página de internet http://www.relojantic.com
[268] http://www.longineswatchesprices.com.
[269] El cartel de propaganda de los cigarrillos EXCÉLSIOR fue tomado del sitio http://www.elhistoriador.com.ar en donde se lo ha fechado como correspondiente al año 1930.
[270] La novela es del año 2004 y su título original es *La misteriosa fiamma della regina Loana*. Los datos biográficos del autor pueden leerse en: https://es.wikipedia.org/wiki/Umberto_Eco.
[271] La imagen de la medalla recordatoria del fallecimiento de Manuel Méndez de Andés fue tomada del sitio de Internet http://www.moviarg.com/medallas/FENJ.html.
[272] Adaptación de la sección *Industriales Gallegos* aparecida en la páginas 108 y 109 del *Almanaque Gallego* de 1898.
[273] En el libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz, se da como fecha de fundación de La Vencedora el año 1875.
[274] *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Hugo Kunz y Cía. 1886. p. 881.
[275] La publicidad en color en la que se destaca el premio obtenido en la Exposición Nacional de 1898 apareció en la contratapa del Nº 34 de la revista *Caras y Caretas* del 25 de mayo de 1899.
[276] Parte de la estructura de hierro del Pabellón Argentino fue rescatada y reconstruida por un inmigrante español de apellido Solana y aún se conserva en la zona de Mataderos, http://edant.clarin.com/diario/1998/05/12/e-04401d.htm
[277] Datos tomados del diario *La Época de Madrid*, lunes 21 de octubre de 1895.
[278] *La Ilustración Artística*, Barcelona, Nº 957, página 285, 30 de abril de 1900.
[279] *Manual de Patología Política*, de Agustín E. Álvarez, Editorial Peuser, Buenos Aires 1899.
[280] Los datos sobre la guerra en Cuba fueron tomados de http://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_Hispano-Estadounidense. Allí también se menciona que algunos de los documentos desclasificados por el gobierno de EE.UU. sobre la Operación Mangosta (proyecto para la invasión de Cuba posterior al fracaso de Bahía de Cochinos) avalan la polémica hipótesis de

que la explosión fue causada en realidad por el propio gobierno de EE.UU. con el objeto de tener un pretexto para declarar la guerra a España.
[281] *Registro Nacional de la República Argentina*, año 1898 (Segundo Cuatrimestre). p. 512
[282] Datos tomados de http://www.guiapalomar.com/origen_cattaneo.htm.
[283] *Historia de la Asociación Española de Socorros Mutuos de Buenos Aires*, Joaquín Pesqueira. Número extraordinario del 1 de enero de 1919. Aquí se menciona su fallecimiento en noviembre de 1913.
[284] Dato tomado de *Vida Financiera*, Madrid, Nº 28 del 19 de octubre de 1913.
[285] Los datos de los buques torpederos fueron tomados de http://www.histarmar.com.ar/.
[286] Los datos sobre la historia de los Bomberos Voluntarios fueron extraídos de http://www.bomberosra.org.ar.
[287] Adaptado del sitio http://www.portalmisionero.com/evamer.htm.
[288] *Historia del cultivo del tabaco en Salta.* Marcelo Rodríguez Faraldo y Hugo Orestes Zilocchi. Buenos Aires, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2012.
[289] En el Nº 36 de *Caras y Caretas* del 10 de junio de 1899 aparecieron las fotografías de Testoni y Barioni por haber sido premiados en la Exposición Nacional de 1898. Allí se indica que la fábrica La Suiza fue fundada en 1889. Sin embargo, en muchos avisos de la firma se menciona a 1890 como el año de inicio de las actividades.
[290] El aviso de la mudanza de La Suiza apareció en el periódico rosarino *El Municipio* el día 07 de mayo de 1891.
[291] La fecha de cambio de numeración de las calles de Rosario fue deducida inspeccionando las ediciones de los diarios *El Municipio* y *El Orden* de fines de 1896 y principios de 1897.
[292] Los datos aparecen en la publicación *Reseña acerca de los campos que circundan la antigua estancia Monte Molina, Saladillo, Córdoba*. Juan D. Delius y José S. Lloret. 2017. http://www.pampa-cordobesa.de.
[293] La empresa Fernando Chiesa SA, se dedica principalmente a la comercialización de herramientas eléctricas de distinto tipo en Rosario y zonas aledañas. http://www.fernandochiesa.com.ar
[294] Dato del *Dizionario biografico degli italiani al Plata (1899)*, Barozzi, Baldissini & Cía. Publicado por Argos (1899).
[295] En la base de datos de ingreso de inmigrantes al país www.cemla.com está registrado su reingreso el 04 de diciembre de 1900 proveniente de Génova, con 51 años de edad, casado y hacendado. En ese mismo barco viajaba Isabella Testoni de 45 años de edad, también casada y hacendada. Según los datos que obtuvimos en el sitio de internet www.familysearch.org la esposa de Testoni se llamaba Isabel aunque su apellido figura distinto en cada uno de sus seis hijos: Pobucci, Pour, Posor, Monk, Monj y Moouk. Los hijos del matrimonio figuran como nacidos en Gualeguaychú, Entre Ríos, con los siguientes nombres y fechas de bautismo: Camila María Isabel (1871), Emiliano Fortunato (1872), Ermelinda Sofía Teresa (1874), Blas Camilo (1876), Osvaldo David Eduardo (1879) y Augusto Emilio (1884).
[296] El dato fue tomado del Nº 723 de *Caras y Caretas* del 10 de agosto de 1912.
[297] Los datos biográficos de Carlos Barioni fueron obtenidos de http://www.dante.edu.ar/web/dic/b.pdf.
[298] En la sentencia del año 1905 por el juicio que sufrió La Suiza por apropiación indebida de marca, figura incorrectamente como Carlos Basconi.
[299] Según la base de datos del sitio de Cemla, Carlo Barioni registra dos ingresos al país, uno el 20 de noviembre de 1898 y otro el 01 de marzo de 1900, ambos desde Génova. Figura como casado, comerciante, y de nacionalidad suizo-italiana.
[300] El dato aparece en *Historia de Concepción del Uruguay*, tomo tercero 1871-1890, Oscar F. Urquiza Almandoz, 2002.
[301] La referencia sobre la participación de José Chiesa en la Exposición Continental aparecen *en Propiedad y Tesoro de la República Oriental del Uruguay 1876-1881*, pp. 415-420.
[302] La noticia fue publicada en la primera página del periódico *El Municipio* de Rosario el 28 de octubre de 1898.
[303] El dato fue tomado del *Diccionario de Buenos Aires ó sea Guía de Forasteros, Antonio Pillado, Imprenta del Porvenir, Buenos Aires*, 1864.
[304] *Argentine Mauser Rifles 1871-1959*, Colin Webster, Schiffer Publishing Ltd., 2007.
[305] Ver el sitio http://www.postersplease.com. El pintor Alfredo Vaccari (1877-1933) nunca vivió en la Argentina según los datos que pudimos recabar en http://www.pittoriliguri.info/pittori-liguri/vaccari-alfredo.
[306] Las publicaciones fueron hechas desde el Nº 235 al 257 de la revista *Caras y Caretas*.
[307] El aviso es del Nº 505 de *Caras y Caretas* del 06 de junio de 1908.
[308] Tomado de *Historias Insólitas de la Historia Argentina*, Daniel Balmaceda, Sudamericana, 2012.
[309] Extraído de *Biografía no autorizada de 1910*, Daniel Balmaceda, Ed. Sudamericana, 2011.
[310] El primero de una serie de diez avisos aparece en el Nº 544 de *Caras y Caretas* del 06 de marzo de 1909.
[311] La publicación apareció en el Nº 413 de *Caras y Caretas* del 01 de septiembre de 1906.
[312] El numismático Sebastián Panozzo realizó el siguiente comentario respecto a esta medalla/ficha. "Esta pieza es muy conocida entre los numismáticos. Las hay en cobre y cobre plateado (posiblemente plateada por particulares muy posterior a su acuñación), y se conocen al menos dos variantes de cuño de anverso y de reverso. Al día de hoy no se ha logrado establecer si se utilizó como ficha (ya que posee un valor, que es 20 centavos), o si es simplemente una medalla alusiva al centenario de 1810. Algunos autores afirman que es una medalla del centenario. Otros, en cambio, que es una ficha ya que lleva un valor impreso. No he logrado encontrar algún documento que ratifique alguna de las dos teorías. Este es uno de los tantos misterios de la numismática, muchos autores han dejado de lado su investigación por no considerarla importante, pero para otros como yo, que coleccionamos fichas, sería fabuloso encontrar documentación que avale alguna de las dos teorías."

[313] La imagen de la medalla conmemorativa del centenario de los cigarrillos MONTERREY fue facilitada por el coleccionista y numismático Sebastián Panozzo. También está en el sitio http://www.identificacion-numismatica.com.
[314] El aviso apareció en el Nº 726 de *Caras y Caretas* del 31 de agosto de 1912.
[315] La composición del directorio de la S. A. Piccardo y Cía. Ltda. aparece en el balance general publicado en el *Boletín Oficial* de 17 de enero de 1928, p. 517 y del 21 de abril de 1936, p.790.
[316] Los datos aparecen en la publicación *Reseña acerca de los campos que circundan la antigua estancia Monte Molina, Saladillo, Córdoba*. Juan D. Delius y José S. Lloret. 2017. http://www.pampa-cordobesa.de.
[317] *Revista Ilustrada de Banca, Ferrocarriles, Industria y Seguros,* España, páginas 70-73, año 1912.
[318] Estos datos se extrajeron de una publicidad aparecida en el Nº 301 de *Caras y Caretas* del 09 de julio de 1904.
[319] Dato tomado del Nº 306 de *Caras y Caretas* del 13 de agosto de 1904.
[320] El primer aviso apareció en el Nº 889 de *Caras y Caretas* del 16 de octubre de 1915.
[321] Las cifras aparecieron en el aviso del Nº 1040 de *Caras y Caretas* del 07 de julio de 1918.
[322] Los datos fueron tomados de los comentarios publicados por el Licenciado Ángel J. Somma en el sitio de internet http://www.lacapitalmdp.com/contenidos/fotosfamilia/fotos/5173.
[323] Los datos de la fábrica Piccardo en Chile fueron tomados del libro *Las Marcas de la Historia- Colección Antiguos Envases de Cigarrillos en Chile*, de Óscar Aedo Inostroza, Santiago, Chile 2006, ISBN 956310457-9.
[324] Tomado del Nº 680 de la revista *Caras y Caretas* del 28 de octubre de 1911
[325] El dato de los contratos firmados entre Piccardo (y otras fábricas argentinas) y la C. A. T. aparecen en el diario inglés *The Times* del lunes 6 de noviembre de 1911, p. 20.
[326] Si bien el documento que mostramos es de agosto de 1912, en abril de ese mismo año aparece en el *Boletín Oficial* el registro por parte de la firma de Oneto y Piccardo de las marcas DOMINÓ y PATRICIOS en cuyas etiquetas figura el nombre y la dirección de Donato Didiego y Cía.
[327] Las publicidades de H. P. e HISPANOS aparecieron en los Nº 760 y 770 de la revista *Caras y Caretas* del 26 de abril y el 05 de julio de 1913, respectivamente.
[328] Este dato aparece en el libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz. Sin embargo, hemos hallado una publicidad del año 1912 en un diario de la ciudad de Santa Fe en donde se informa al público que Cañellas es el único agente oficial de la C. A. T. en la provincia de Santa Fe.
[329] El aviso apareció en el Nº 739 de *Caras y Caretas* del 30 de noviembre de 1912.
[330] Los avisos de los luchadores aparecieron en forma correlativa entre los Nº 734 y 738 de *Caras y Caretas* en octubre y noviembre de 1912.
[331] Una amplia y detallada biografía del dibujante y pintor Mario Zavattaro puede encontrarse en el sitio de internet http://www.lanacion.com.ar/199363-viejos-retratos-del-martin-fierro
[332] Los detalles de la reunión de accionistas en donde se anuncia la venta de la C. A. T. a Piccardo aparecen en varios periódicos británicos como *The Times* del 21 de julio de 1919, p. 22; *The Statist* del 2 de agosto de 1919, p. 237; *The Saturday Review* del 9 de agosto de 1919, p.144 y *The Observer* del 31 de agosto de 1919, p. 2. Esto muestra la importancia que tenían en Inglaterra los negocios de la C. A. T. en la Argentina.
[333] El dato aparece en el *Boletín Oficial* del 17 de julio de 1923 p. 483.
[334] Los datos biográficos son del sitio http://www.galegos.info/juan-carlos-alonso-y-pita.
[335] Los datos y biografías de los ilustradores fueron tomados del sitio http://www.museodeldibujo.com.
[336] La composición del directorio y la distribución del paquete accionario de Piccardo fue publicada en el Nº 913 de la revista *Caras y Caretas* del 01 de abril de 1916.
[337] Los cinco avisos "patrióticos" son de los Nº 762, 764, 770, 822 y 855 de la revista *Caras y Caretas* de los años 1913 y 1914.
[338] Tomado de la revista *Caras y Caretas*, Nº 1555 del 21 de julio de 1928.
[339] Las ilustraciones fueron tomadas de la revista *Plus Ultra*. Desde enero de 1917 hasta diciembre de 1920 aparecieron 48 avisos a todo color, la mayor parte ilustrados por Juan Carlos Huergo.
[340] La frase aparece en el aviso del Nº 314 de la revista *Caras y Caretas* del 08 de octubre de 1904.
[341] El dato salió publicado en del Nº 407 de la revista *Caras y Caretas* del 21 de julio de 1906.
[342] El dato salió publicado en del Nº 457 de la revista *Caras y Caretas* del 06 de julio de 1906.
[343] Publicidad del Nº 360 de *Caras y Caretas* del 26 de agosto de 1905.
[344] Aviso del Nº 732 de la revista *Caras y Caretas* del 12 de octubre de 1912.
[345] El primer anuncio del concurso apareció en el Nº 1150 de la revista *Caras y Caretas* del 16 de octubre de 1920.
[346] El extracto con el orden de los cupones premiados salió publicado en el Nº 1205 de *Caras y Caretas* del 05 de noviembre de 1921.
[347] El artículo salió publicado en el Nº 1275 de *Caras y Caretas* del 10 de marzo de 1923.
[348] Las imágenes corresponden a los avisos aparecidos en los números 326, 336, 369, 421, 469 y 521 de *Caras y Caretas*, que cubren el período 1905-1908.
[349] El dato aparece en el sitio del Museo de Arte Moderno de Buenos Aires, que funciona en el edificio de la Av. San Juan 350, http://www.museodeartemoderno.buenosaires.gob.ar/mam_actividades.htm. En el *Boletín Oficial* del 26 de enero de 1916 aparece el informe de venta de la propiedad de San Juan 364, de metros 8,55 x 34.89 y en $35.000, de la familia Fumasoli a la S.A. Piccardo.

[350] Las imágenes de los logos del antiguo edificio de la fábrica Piccardo y Cía., previas a la restauración, fueron tomadas del sitio http://ladrillos-portenios.blogspot.com.ar/2009/06/av-san-juan-350-ex-deposito-y-fabrica.html. La foto actual es del sitio http://detallesdebuenosaires.blogspot.com.ar.
[351] Los datos fueron tomados de una extensa biografía de Juan Martín Oneto Gaona que puede hallarse en el sitio de internet http://www.lanacion.com.ar/869123-juan-martin-oneto-gaona.
[352] Extraído de la página http://www.museodelcine.buenosaires.gov.ar/cine_historia.htm.
[353] Esta historia fue tomada del sitio http://www.eam.iua.edu.ar/his_I.asp en donde se describen en detalle los orígenes de la aviación militar argentina.
[354] La imagen del antiguo monoplano Nieuport M IV fue adaptada de la ilustración publicada en el sitio de internet http://i293.photobucket.com/albums/mm73/jose11158/NiVistas.jpg
[355] La solicitada apareció en el Nº 847 de la revista *Caras y Caretas* del 26 de diciembre de 1914.
[356] Las publicidades aparecieron sucesivamente en los números 798 al 802 de la revista *Caras y Caretas*.
[357] La crónica del aviso que anunció la muerte de Newbery fue publicada en *Fray Mocho* el 13 de marzo de 1914.
[358] La historia de Arsenio Erico y el premio ofrecido por los cigarrillos 43 fue adaptada del texto publicado en la página de internet http://www.portalguarani.com/obras_autores_detalles.php?id_obras=8229
[359] El dato aparece en el libro *Memorias del Viejo Gasómetro*, de Enrique Escande, Editorial Dunken, 2004.
[360] Las publicidades de los Habanos 43 aparecieron en los Nº 797 y 816 de *Caras y Caretas* del año 1914.
[361] El número almanaque corresponde a la edición 744 de *Caras y Caretas* del 04 de enero de 1913.
[362] Publicado en http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/rosario/12-6735-2006-12-24.html.
[363] El dato aparece mencionado en http://www.todotango.com/spanish/biblioteca/cronicas/hechos_cotidianos.asp.
[364] El artículo apareció en el Nº 693 de la revista *Caras y Caretas* del 13 de enero de 1912.
[365] El dato aparece en la página https://catingabachata.blogspot.com.ar/2016/08/carlos-piccardo-pintor-fracasado-y-la.html en donde se describe la historia de Carlos Blas Piccardo.
[366] El dato aparece en http://blogs.cui.edu/atw/2010/09/09/under-the-crypts-with-antonio/
[367] El crecimiento anual de las exportaciones en el período 1883-1913 fue de 7.6% para la Argentina (el más alto de América del Sur) y 4.5 % para Brasil, según B. Albert, *South America and the World Economy from Independence to 1930*, 1983.
[368] El texto sobre el origen de la C. A. T. en la Argentina está basado en los capítulos 35 y 36 del libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz. Versión electrónica disponible en www.cpcca.com.ar.
[369] C. Jones, *International Business in the Nineteenth Century: The Rise and Fall of the Cosmopolitan Bourgeoisie*, 1987.
[370] Dato tomado del libro *Investments in America and The British West Indies*, de F. M Halsey, Washington 1918.
[371] Una muy extensa descripción de todos los pormenores concernientes a la formación de la C. A. T. aparecieron en el periódico inglés *The Times* el 6 de noviembre de 1911, p.19 con el título "The Argentine Tobacco Company, Limited – The re-organisation of a growing industry".
[372] Se toma como fecha de inicio de las operaciones de la C. A. T. en el país a la resolución de la mesa directiva londinense que aparece impresa en las acciones y obligaciones negociables.
[373] Howard Cox. *The Global Cigarette: Origins and Evolution of British American Tobacco, 1880-1945*. Oxford University Press, 2000. pp. 128-131.
[374] Diario *The Times* el 6 de noviembre de 1911, pp.19-20.
[375] *El Cronista Comercial*. Buenos Aires, 21 de octubre de 1911.
[376] La fotografía de Víctor Negri fue tomada de la versión digital del diario *La Gaceta de Tucumán* del 21 de octubre de 2011, http://www.lagaceta.com.ar/nota/461102/Tucumanos, en donde también hay una breve biografía.
[377] El resumen de la reunión apareció publicado en el diario *The Times* del 20 de enero de 1912, p.19.
[378] El resumen de la reunión apareció publicado en el diario *The Times* del 26 de junio de 1912, p. 21.
[379] Los datos fueron tomados de la publicación *El Tabaco – Revista de precios corrientes de la Compañía Argentina de Tabacos*, año I, Nº 9, de septiembre de 1918.
[380] Benjamín Villalobos. *Un grave error en la propagada de los cigarrillos 43*. Industria, Buenos Aires, II N°13, noviembre 1920.
[381] La identificación de los estadios de la marquilla GOAL fue tomada del sitio https://twitter.com/ViejosEstadios.
[382] El resumen de la reunión apareció publicado en el diario *The Times* del 04 de abril de 1914, p. 20.
[383] Tomado del resumen de la segunda asamblea ordinaria de la C. A. T. diario *The Times* del 04 de abril de 1914.
[384] Los resúmenes de las asambleas ordinarias de la C. A. T. salieron publicados en los diarios ingleses: *The Statist* 01 de mayo de 1915, p.227 (3º asamblea). *The Statist* 29 de abril de 1916, p.791 (4º asamblea). *The Times* 28 de abril de 1917, p. 11, *The Statist* 28 de abril de 1917, p. 747 y *The Economist* 28 de abril de 1917, p. 734 (5º asamblea). *The Manchester Guardian* 20 de abril de 1918, p. 8 (6º asamblea). *The Manchester Guardian* 01 de mayo de 1919, p. 10 y *The Statist* 03 de mayo de 1919, p. 823 (7º asamblea).
[385] Esta cooperativa fue creada como sociedad anónima con un capital de 500.00 pesos m/n con el objetivo de "establecer almacenes de provisión para suministrar a sus socios y vender al público en general artículos alimenticios en condiciones de perfecta pureza y al precio mínimo posible". *Anuario estadístico de la ciudad de Buenos Aires*, 1905.
[386] Publicidad tomada del Nº 764 de la revista *Caras y Caretas* del 24 de mayo de 1913.

[387] El aviso apareció en el Nº 927 de *Caras y Caretas* del 09 de julio de 1916.
[388] El extenso artículo que describe la inauguración del nuevo local de canje de cupones apareció en el Nº 819 de *Caras y Caretas* del 13 de julio de 1914.
[389] El aviso de la entrega de los cuadros salió publicado en el Nº 709 de *Caras y Caretas* del 04 de mayo de 1912.
[390] Las bases del concurso aparecieron en el Nº 727 de la revista *Caras y Caretas* del 07 de septiembre de 1912.
[391] El Argentino de oro fue una moneda de muy poca circulación con un peso de 8.0645 g y una pureza de 0.9. La moneda de 1 Argentino equivalía a 5 m$n.
[392] El primer aviso sobre el concurso de los cigarrillos AMÉRICA apareció en el Nº 732 de *Caras y Caretas* del 12 de octubre de 1912. En los tres meses siguientes aparecieron incontables publicidades e imágenes de los premios que serían entregados a los ganadores.
[393] El dato apareció en el Nº 748 de la revista *Caras y Caretas* del 01 de febrero de 1913.
[394] Esta publicidad apareció en el Nº 776 de la revista *Caras y Caretas* del 16 de agosto de 1913.
[395] La publicidad de los cigarrillos BUENOS AIRES fue adaptada del aviso que apareció en la edición 1914 del *Almanaque Gallego*, página 2954.
[396] El resumen de la reunión apareció publicado en el diario *The Saturday Review* del 09 de agosto de 1919, p.144.
[397] El resumen de la asamblea apareció publicado en el diario *The Times* del 24 de enero de 1920, p. 19.
[398] Artículo del diario *The Spectator* 21 de septiembre de 1929, p. 21.
[399] La introducción de este capítulo está basada en el capítulo IV del libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz. Versión electrónica disponible en www.cpcca.com.ar. También en el capítulo XI del libro de Juan Domenech. *Historia del Tabaco. Universalidad de sus Industrias y Comercio*. Buenos Aires, López, 1941.
[400] *Guía de forasteros del virreynato de Buenos Ayres para el año 1803*, p. 50.
[401] *Almanaque de comercio de la ciudad de Buenos Aires para el año de 1829*. J. J. M. Blondel y similares para 1833, 1834 y 1836.
[402] *Almanaque de comercio de la ciudad de Buenos Aires para el año de 1830*. J. J. M. Blondel, p.71.
[403] *Diario de la tarde*. Avisos varios entre 1829 y 1833.
[404] Diario *El Tiempo* del 18 de noviembre de 1828.
[405] A. Burzaco. *Guía descriptiva de los principales establecimientos industriales argentinos*. Buenos Aires, 1893.
[406] Alejandro Bernheim. *Anuario del comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración de Buenos Aires*. Imprenta del British Packet, 1854.
[407] *El Avisador. Guía General de Comercio y de Forasteros*. Editada por Wenceslao R. Solveyra, Buenos Aires, 1862.
[408] A. Pillado. *Diccionario de Buenos Aires, o sea Guía de Forasteros*. Buenos Aires, E. del Porvenir, 1864.
[409] *Guía Comercial*. Buenos Aires, 1871.
[410] Mackinlay, Kratzenstein y Cía. *Guía comercial de la ciudad de Buenos Aires, comprendiendo todos los comerciantes*. Buenos Aires, 1873.
[411] J. G. Carrasco. *Guía civil y comercial de la ciudad, de Rosario y alrededores*. Imprenta de E. Carrasco, 1876.
[412] *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Hugo Kunz y Cía. 1886. p. 881.
[413] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, 1894. p. 3005.
[414] A. Pillado. *Diccionario de Buenos Aires, o sea Guía de Forasteros*. Buenos Aires, E. del Porvenir, 1864.
[415] *Impuesto de Patentes. Registro de los contribuyentes de la Ciudad de Buenos Aires*. Imprenta argentina de El Nacional (Bolívar 41). 1870.
[416] Estas cifras aparecen respectivamente en el *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, 1880. p. 1835, y en la *Guía general de comerciantes por orden de profesiones*. Buenos Aires, 1879.
[417] Revista *Patentes y marcas. Las primeras marcas registradas en la Argentina*. p. 25.
[418] José A. Wilde. *Buenos Aires desde 70 años atrás. Buenos Aires*, Imprenta y Librería de Mayo. Impreso en 1881, corresponde al período 1810-1880.
[419] La publicidad salió en la revista *La Cotorra* del 12 de octubre de 1879.
[420] *Anuario Comercial e Industrial. Guía general de la Ciudad de Buenos Aires*. Imprenta Nacional, 1884.
[421] A. Burzaco. *Guía descriptiva de los principales establecimientos industriales argentinos*. Buenos Aires, 1893, páginas 547-548.
[422] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de España, Ultramar, Estados Hispano-Americanos y Portugal, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Nacional y Extranjera*. Bailly-Bailliere, p. 2322
[423] El dato de la actividad tabacalera de Daumas aparece en la lista de Consejeros de los distritos parisinos del siglo XIX. http://www.wikiwand.com/fr/Liste_des_conseillers_g%C3%A9n%C3%A9raux_de_la_Seine. Su nombre completo y fecha de nacimiento están en https://bibliotheques-specialisees.paris.fr/ark:/73873/pf0000268610/0043

[424] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, 1879. p. 1356.
[425] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, 1880. p. 1835.
[426] La imagen de los DAUMAS AROMÁTICOS fue enviada al autor por José María Égido Ruiz junto con el siguiente emotivo mensaje: "*La imagen que te mando es la fotocopia que me regaló el amigo que ya no está más entre nosotros, Juan José Ruiz, (Juanjo), una de las veces que fui a su casa, invitado para almorzar y charlar sobre marquillas. La fotocopia pertenecía a la colección del más grande coleccionista de marquillas de cigarrillos que hubo en Córdoba, el Sr. Alejandro Drube (el turco Drube), muy amigo de Juanjo Ruiz y de nosotros también. Aunque era tucumano hacía muchos años que estaba viviendo en Córdoba y en las reuniones que hacíamos en los cafés nos contaba muchas historias sobre las marquillas de cigarrillos, era un gran fumador también. Antes de morir, el turco Drube le vendió a Juanjo su colección y entre ellas estaba esta fotocopia de la marquilla de J. Daumas. Juanjo Ruiz la fechó por el año 1880. No sé quién la tuvo ni de quien era la marquilla original. Te la envío como una curiosidad y de las relaciones de amistad y camaradería que hubo entre estos dos grandes coleccionistas y conocedores del tema. Que descansen en Paz.*"
[427] *Guía comercial de la ciudad de Buenos Aires, comprendiendo todos los comerciantes*. Mackinlay, Kratzenstein y Cía. Buenos Aires, 1873.
[428] El aviso en donde se menciona el premio obtenido en la Exposición de París salió publicado en la revista *La Cotorra* del 12 de enero de 1879.
[429] Datos tomados de la publicidad aparecida en la revista *El Cascabel* del 09 de noviembre de 1892.
[430] Datos tomados de la publicidad aparecida en la revista *El Cascabel* del 07 de diciembre de 1892.
[431] El aviso es de la revista *El Cascabel* del 06 de enero de 1892.
[432] La publicidad apareció en el *Handbook of the River Plate, comprising the Argentine Republic, Uruguay and Paraguay*, Michael George Mulhall, Edward Thomas Mulhall. Sixth edition, Buenos Aires, 1892.
[433] *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Hugo Kunz y Cía. 1885. p. 63.
[434] *Bosquejo de Buenos Aires, Capital de la Nación Argentina,* tomo I, A. Galarce, Buenos Aires, Stiller y Laass, 1886.
[435] El dato aparece en el sitio https://www.familysearch.org.
[436] Datos tomados de http://fedespa.org/centro-gallego-de-buenos-aires.
[437] Las imágenes fueron tomadas del libro *Juan Posse, El Tabaquero Mitrista. Origen y Fundación de Mariano Acosta*, por Horacio Enrique Poggi, Ed. Dunken, 2013.
[438] http://ardirube.blogspot.com.ar/.
[439] Los datos sobre la familia Dirube aparecen en el censo de la Ciudad de Buenos Aires del año 1855.
[440] Leonel Contreras, *Historia cronológica de la ciudad de Buenos Aires 1536-2014*, Ed. Dunken. Buenos Aires. 2014. En 1886 el Café de la Amistad era gerenciado por Ramón Dirube.
[441] En el acta de bautismo de Bernardo Saturnino, Josefa Salaberría figura como francesa, pero en el acta de bautismo de su hija Josefa (1859) y en el censo de 1895 aparece como española.
[442] Los datos del nacimiento y bautismo de Bernardo Saturnino Dirube aparecen en el sitio de internet https://www.familysearch.org/search/pal:/MM9.1.1/XNZL-7X2. En el acta de bautismo figura que su padre tenía 46 años y su madre 22. Este último dato es seguramente erróneo ya que Bernardo (h) fue el último de 7 hermanos. Su hermana María, que fue la quinta, nació en 1861 (es decir que la madre habría tenido 5 hijos a los 15 años). El error queda en evidencia en el acta de bautismo de su hija Josefa en 1859, donde su edad era de 23 años. Para confirmar el error, en el censo de 1895 aparecen los datos de Josefa Salaberría, viuda de 57 años y de Bernardo Dirube, casado de 25 años. Es decir que su madre tenía 32 años al momento del parto.
[443] El aviso salió publicado en la *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Hugo Kunz y Cía. 1886. p. 22 de avisos publicitarios.
[444] *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Hugo Kunz y Cía. 1886. p. 462.
[445] Adaptación digital del aviso monocromo original del Nº 37 de *Caras y Caretas* del 17 de junio de 1899.
[446] El aviso de EL DIARIO salió publicado en el Nº 4 de *Caras y Caretas* del 29 de octubre de 1898.
[447] La imagen de la tarjeta de EL DIARIO fue tomada del sitio de internet http://www.m-angels.com
[448] El aviso monocromo original apareció publicado en el Nº 22 de *Caras y Caretas* del 04 de marzo de 1899.
[449] El dato sobre la fecha de fundación de La Capital apareció en *El Tabaco – Revista de precios corrientes de la Compañía Argentina de Tabacos*, año I, Nº 9, de septiembre de 1918. p. 35.
[450] En diciembre de 1902 Dirube registra la marca Bella Vista (acta Nº 11327) para distintos tipos de productos lácteos. Los avisos aparecen en los Nº 227 al 230 de la revista *Caras y Caretas* del año 1903. La publicidad de página completa da como dirección de la fábrica la calle Victoria 4060 de la Ciudad de Buenos Aires. En 1918 registra la marca La Criolla para substancias alimenticias (acta Nº 62716).
[451] http://es.wikipedia.org/wiki/Victoria_I_del_Reino_Unido.
[452] Los datos fueron tomados del Nº 959 de la revista *Caras y Caretas* del 17 de febrero de 1917. En los números previos y posteriores aparecieron varios avisos en los que se destacaban las distintas cualidades de los REINA VICTORIA.
[453] La publicidad con la foto del tenor Enrico Caruso apareció del Nº 994 de *Caras y Caretas* del 20 de octubre de 1917.
[454] La primera publicidad es del Nº 1007 de *Caras y Caretas* de enero de 1918 y la última del Nº 1183 de junio de 1921.

[455] Datos de la biografía de Alejandro Sirio tomados de http://www.artedelaargentina.com.ar.
[456] Las bases del concurso de los granos de maíz aparecen por primera vez en el Nº 695 de *Caras y Caretas* del 27 de enero de 1912 y se repiten en varios números sucesivos con una descripción detallada de los premios a repartir.
[457] La Casa Escasany estaba en Rivadavia y Florida, abrió sus puertas en 1892 y cerró en 1978. Actualmente sus oficinas son alquiladas a diversos particulares y en la planta baja funciona un Burger King. Escasany fue la casa de joyería más importante del país, y llegó a tener 1500 empleados y sucursales en todas las provincias.
[458] La convocatoria al certamen salió publicada en los números 357, 358 y 360 de *Caras y Caretas* de agosto de 1905. Los resultados del concurso aparecieron en el Nº 374 del 02 de diciembre de 1905.
[459] Juan Domenech. *Historia del Tabaco. Universalidad de sus Industrias y Comercio*. Buenos Aires, López, 1941.
[460] En la publicidad aparecida en la página 236 del *Almanaque Gallego* de 1899, figura como año de fundación 1875. Sin embargo, en *El Tabaco – Revista de precios corrientes de la Compañía Argentina de Tabacos*, año I, Nº 9, de septiembre de 1918. p. 30, se indica 1876 como el año de inicio de las actividades de La Fortuna.
[461] Los datos aparecen en el Segundo Censo Nacional de 1895, tomo 626-627, p. 498. A pesar de que hay varias decenas de personas con el mismo nombre, el único José Busto cuyo año de nacimiento, ciudad de residencia y oficio coinciden con lo esperado es el que se reporta. La familia Busto residía en la sección 24, manzana 3 que estaba definida como la delimitada por las calles Rivadavia, Belgrano, Colegio San Carlos (actual Colegio Nacional Buenos Aires, calle Bolívar) y Domínicas (probablemente se refiere al convento de Santo Domingo ubicado en Belgrano y Defensa).
[462] Este dato se menciona en el libro *La Galicia Austral: La Inmigración Gallega en la Argentina*. Xosé Manoel Núñez Seixas. Ed. Biblos. 2001. p. 177.
[463] *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Hugo Kunz y Cía. 1885.
[464] Publicidad aparecida en la página 236 del *Almanaque Gallego* de 1899.
[465] Los datos históricos de la revista *Caras y Caretas* fueron tomados del sitio de internet del Senado de la Nación Argentina http://www.senado.gov.ar/web/museo/carasycaretas.php.
[466] Las tres publicidades de los cigarrillos P.B.T. aparecieron en los *Almanaque Gallego* de 1907, 1908 y 1910. La coloración de los avisos se realizó en forma digital.
[467] Los datos históricos sobre la revista *P.B.T.* fueron tomados de http://www.learevistas.com/notaHistoria.php?nota=5.
[468] Estos datos contradictorios son habituales en los antiguos censos y siempre es aconsejable utilizar más de una fuente para corroborar la información. En el sitio www.pasajeros.entradadepasajeros.com.ar encontramos que Juan Brisson llegó a Buenos Aires acompañado de su esposa (y probablemente de sus hijos) el 21 de julio de 1866. El vapor era el Villa del Salto que procedía de la ciudad de Concordia.
[469] Una de las hijas de Pedro Brisson, Luisa Clemantina Agustina, fue bautizada en 1878 y sus padrinos fueron los hijos de Juan, José (de 9 años) y Luisa (de 17 años).
[470] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, 1880. p. 1356.
[471] El aviso apareció en *El Porteño Comercial* del 17 de agosto de 1877.
[472] La publicidad que mostramos es una adaptación de la aparecida en el diario *El Argentino* el 03 de julio de 1890.
[473] Con fecha 16 de septiembre de 1900 Brisson Frères presentó las marcas KIKIRIKI, EL GALLO y COCORICO, pero solo el nombre, sin ningún diseño. El 26 de enero de 1901 realizaron una nueva presentación de los KIKIRIKI (acta Nº 9322), ahora con la imagen de la marquilla. Los ACTUALES fueron anotados el 03 de mayo de 1902 (acta Nº 10550) y los ATORRANTES el 01 de junio de 1903 (acta Nº 12036).
[474] La etimología de la palabra lunfarda "atorrante" se discute ampliamente en el artículo publicado en el sitio de internet http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Glosario_del_lunfardo#Atorrante.
[475] Existe un artículo muy completo sobre el posible origen de la palabra "atorrante", *Orígenes de la palabra Atorrante, refutación de una fábula*, de Ricardo Ostunique. Fue publicado en la Revista Club de Tango Nº16 octubre-noviembre-diciembre 1995. Puede leerse en http://www.clubdetango.com.ar/articulos/atorrante_ref.htm.
[476] La sentencia completa del caso ATORRANTES vs. FARRISTAS puede encontrarse en *Fallos de la Suprema Corte de Justicia Nacional con la relación de sus respectivas causas*. Cuarta serie que principia en 1893, tomo undécimo, Buenos Aires, 1896.Causa CCLII, año 1895, páginas 330-334.
[477] La dirección es http://cigarrilloshabanosatorrantes.blogspot.com.
[478] La convocatoria y los resultados del concurso salieron publicados respectivamente en los Nº 277 del 23 de enero de 1904 y 307 del 06 de agosto de 1904 de la revista *Caras y Caretas*.
[479] Las tres publicidades fueron tomadas del periódico *El Independiente* y corresponden a las fechas 26 de enero, 18 de marzo y 10 de septiembre de 1882. En mayo de 1883 aparecieron los últimos avisos de la cigarrería de Pineda en este periódico. Disponible en el sitio de internet https://www.rosariocultura.gob.ar/galerias/archivos/digitalizacion-de-prensa-rosarina.
[480] El acta de matrimonio de Eliseo Pineda se obtuvo del sitio www.familysearch.org. El casamiento tuvo lugar en la Parroquia de San Lorenzo, provincia de Santa Fe, el 05 de agosto de 1886.
[481] La cédula censal corresponde a la sección 5, manzana 29. Esta sección policial estaba comprendida entre las Avenidas Rivadavia y Córdoba y las calles Libertad y Rodríguez Peña, englobando alrededor de 40 manzanas.
[482] Juan Domenech. *Historia del Tabaco. Universalidad de sus Industrias y Comercio*. Buenos Aires, López, 1941.

[483] Los datos biográficos de Julio A. Roca fueron tomados de http://www.elhistoriador.com.ar/biografias/r/roca.php y de http://es.wikipedia.org/wiki/Julio_Argentino_Roca.
[484] Las imágenes del afiche de los cigarrillos GOBERNADORES y de la vitola de los cigarros PRESIDENTES fueron obtenidas del sitio del Museo Roca, www.museoroca.gov.ar.
[485] Aparecido en el Nº 2 de la revista *Caras y Caretas* del 15 de octubre de 1898.
[486] La copla era parte de los avisos de la fábrica de Pineda que se publicaron durante casi un año y medio en el periódico *El Independiente. C*orresponde al 01 de mayo de 1883,
[487] Una interesante investigación que sitúa el inicio de la actividad tabaquera de los Didiego en el país en 1878 aparece en el sitio http://traslashuellasdeltoscano.blogspot.com/2017/07/la-argentina-o-la-virginia-un-hallazgo.html
[488] Todos los datos de la familia Didiego fueron obtenidos de los registros del censo de 1895 y de las actas de bautismo y casamiento del sitio https://www.familysearch.org.
[489] La primera referencia que hallamos aparece como "Diego, Enrique – Lima 204" en la *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Hugo Kunz y Cía. 1885. En la *Guía Kunz* del año 1886 la dirección cambia a Lorea 204.
[490] Esta fecha se contradice con el dato de la Exposición de Paraná en donde desde 1886 ya aparece la razón social Enrique Didiego e hijo. No es de extrañar, ya que muchas de las guías comerciales que se publicaban anualmente no siempre actualizaban los datos.
[491] El incendio ocurrió en abril de 1893, según consta en el balance de la compañía de seguros La Buenos Aires. *Boletín Oficial* del 22 de mayo de 1894, p. 507.
[492] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, 1894. p. 3005.
[493] El dato es mencionado en una de las entradas del sitio http://traslashuellasdeltoscano.blogspot.com y fue tomado del censo industrial de 1895. También aparece en *Commercial Directory of the American Republics*, Joseph J. Smith, Washington, Government Printing Office, 1897.
[494] En realidad fue una publicación en la revista norteamericana *The Tobacco World* Nº15, agosto 1910, p. 20. En ella se menciona una lista de manufacturas de tabaco de la ciudad de Buenos Aires para posibles contactos comerciales.
[495] *Guía descriptiva de los Principales Establecimientos Industriales de la República Argentina,* de 1895, Director A. Fernández Burzaco. Obra patrocinada por la Unión Industrial Argentina. pp. 466-467.
[496] Estos datos aparecen en la demanda por falsificación de marca presentada contra La Suiza, de Testoni y Chiesa, por los importadores Paats y Rocha. Los textos de la demanda y de la presentación de la defensa están publicados en el libro *Sentencias Sobre Marcas de Fábrica y Patentes de Invención del Dr. Francisco B. Astigueta.* Compiladas por Luis Rodríguez De La Torre. Librería de Mayo, Casa Editora, Buenos Aires, 1905. pp. 159-195.
[497] La publicidad salió en el periódico *La Protesta* del 07 de julio de 1905.
[498] La referencia aparece en el *Boletín Oficial* del 19 de septiembre de 1919, p. 418.
[499] *Memoria presentada al Honorable Congreso de La Nación por el Ministro de Justicia e Instrucción Pública.* Dr. José S. Salinas, año 1920, tomo I.
[500] El texto puede hallarse en http://tobaccodocuments.org.
[501] Si bien no tenemos certeza sobre su origen gallego, Bolón publicó algunos avisos en el *Almanaque Gallego* y contribuyó monetariamente para el homenaje a la poeta y novelista gallega Rosalía (de) Castro en 1897.
[502] La ficha del censo de 1895 consigna a la familia Bolón viviendo en la calle Belgrano 2385 de la Ciudad de Buenos Aires. La familia está compuesta por Carmen P. de Bolón, viuda de 60 años, sus hijos Pina (38), Pilar (36), Constantino (33, fabricante de tabaco) y Elvira (24), todos españoles y solteros. En el domicilio también figura una "sirvienta" lo que sugiere un pasar económico relativamente holgado.
[503] El dato aparece en la revista *Unión Ibero-americana* del 09 de septiembre de 1896, p.1000,
[504] Tomado de *Autos y Sentencias del Dr. G. Larsen del Castaño*, Ed. Félix Lajouane, Buenos Aires, 1888. Causa CXCI página 430 y causa CCXXVI página 520.
[505] El aviso de La Comercial de la calle Rivadavia 306-308 apareció en el periódico *El Prometeo* del 25 de diciembre de 1887.
[506] El aviso apareció en el diario rosarino *La Bomba* el 01 de abril de 1894.
[507] En la base de datos de la página www.cemla.com se consigna que Constantino Bolón (re)ingresó al país el 15 de noviembre de 1893 con 36 años de edad. Era soltero, de nacionalidad española y venía desde la ciudad de Burdeos en el barco Congo. Esto difiere con los datos consignados en el censo de 1895 cuando registra 33 años de edad. Es posible que se trate de distintas personas, pero lo más probable es que en alguno de los casos se haya anotado mal la edad.
[508] La publicidad del *Almanaque Gallego* de 1902 aparece en la página 628. Allí se menciona que tiene "25 años de experiencia en el comercio y la industria" lo cual coincide con 1882, año de la fundación de su manufactura de tabacos. Su actividad en el rubro alimenticio como importador de café aparece en el diario de Brasil *Diario da Manha* del 26 de febrero de 1931, con domicilio en B. de Irigoyen 267. Esa misma dirección figura en la viñeta de un sobre sellado en 1938 en el que aparece la leyenda "establecidos en el año 1882". Por último hallamos una referencia a Constantino Bolón y Cía. en el *Boletín Oficial* del 07 de agosto de 1945, en donde se lo autoriza a emplear envases de cartón como contenedores de miel. Es poco probable que Bolón estuviera vivo en 1945 (hubiera tenido 88 años) y menos aún que siguiera desarrollando actividad comercial, por lo que se presume que la empresa la continuó algún descendiente.
[509] El póster de los cigarrillos DANDY fue tomado del sitio de internet http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b90118813.

[510] La fecha de 1889 aparece en la *Guía descriptiva de los principales Establecimientos Industriales de la República Argentina,* de 1895, pp. 471-475. En cambio, en el libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, se menciona que El Telégrafo comenzó a funcionar en 1887. Para agregar más confusión, en la publicación *El Tabaco* de la C. A. T. se dice que la manufactura Álvarez y Cía., sucesora de Malagrida y a su vez sucesora de El Telégrafo, fue fundada en 1882.
[511] La publicidad corresponde al *Almanaque Don Quijote* para el año 1891.
[512] La publicidad apareció en la revista *El Cascabel* del 23 de marzo de 1892.
[513] Ricardo M. Llanes, *Recuerdos de antiguos pasajes urbanos*, en *La Prensa*, Sección Ilustrada de los domingos, 15 de junio de 1975.
[514] Los textos de las publicidades aparecieron en los Nº 920 y 923 de *Caras y Caretas* de mayo y junio de 1916. El retrato de la bella dama cubana es de la revista *Plus Ultra*, Nº 13 del 01 de mayo de 1917.
[515] La historia de la fábrica de Ángel Villagrán apareció en el diario *El Tribuno* de Salta del domingo 9 de enero de 2000, en un artículo redactado por el escritor salteño Enrique A. Ruiz Romano. La información fue facilitada por Javier Villagrán descendiente de los fabricantes de los cigarrillos VILLAGRÁN.
[516] Los datos biográficos de Ángel Villagrán y la información sobre la historia de la producción de tabacos y cigarrillos en la provincia de Salta aparecen descriptos en forma muy completa en el libro *Historia del Cultivo de Tabaco en Salta*, escrito por el Ing. Marcelo A. Rodríguez Faraldo y el Ing. Hugo O. Zilocchi. La obra puede leerse libremente en el sitio http://www.ctsalta.com.ar/info/libro-tabaco-web.pdf
[517] Tomado del sitio http://www.vallepunilla.com.ar/festivalcosquin2008/lalopezpereyra/lopezpereyra.html.
[518] La referencia aparece en el *Diccionario de Buenos Aires o sea Guía de Forasteros*, de Antonio Pillado, Imprenta del Porvenir, Buenos Aires, 1864.
[519] La publicidad salió en el periódico *La Juventud* del 23 de enero de 1876.
[520] El aviso apareció en *La Aurora* del 31 de julio de 1881.
[521] Citizenship, Political Participation and the Formation of the Public Sphere in Buenos Aires 1850s-1880s, Hilda Sabato, *Past & Present*, Nº 136 (agosto 1992), pp. 139-163.
[522] El aviso apareció en el periódico *El Argentino* del 15 de julio de 1892.
[523] La dirección de la manufactura es Chacabuco 47, lo que no permite tener certeza sobre si se trata de la misma persona. *Anuario General del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración de Buenos Ayres*. 1854-1855
[524] Dato tomado del *Anuario General del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración de Buenos Ayres.* 1854-1855.
[525] Una foto de la plaza de Mayo en 1898 en donde se alcanza a observar la esquina de Rivadavia y San Martín aparece en el sitio http://www.cienciayfe.com.ar/buenosaires/mirarx2.php?nroid=661.
[526] El dato puede hallarse en la *Gran Guía de la Ciudad de Buenos Aires*, Hugo Kunz y Cía. 1885, p. 456. Notar que el apellido figura como Oliveiro en lugar de Olivero.
[527] Libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz, página 41. Versión electrónica disponible en www.cpcca.com.ar.
[528] El aviso es del periódico *The Standard*, de la colectividad inglesa en Buenos Aires, del 22 de noviembre de 1881.
[529] *Revista Patentes y Marcas* XXVI p.485, gentileza de Laura Aramburu Biblioteca INPI.
[530] Los datos comerciales, censales y la inscripción de nacimientos muy frecuentemente tienen discrepancias en los nombres y edades de los registros. En el caso de Alonso, aparece como José Antonio Alonso o Antonio T. Alfonso (guía Kunz) y como A. Alonso o J. C. Alonso (Anuario del Comercio), siempre en la misma dirección de Bolívar 37-51. Si bien es posible que se trate de distintos familiares, no tenemos forma de comprobarlo y optamos por el nombre que nos pareció más plausible.
[531] La publicidad apareció en el diario rosarino *El Municipio* del 09 de agosto de 1888.
[532] El inicio de actividades de la fábrica de cigarros y cigarrillos La Rocha en Alsina 1257, con sucursales en Bolívar 115 y Corrientes 816, apareció en un aviso del número Almanaque de *Don Quijote* del año 1891.
[533] Los datos fueron tomados de https://es.wikipedia.org/wiki/Guerra_de_la_Triple_Alianza.
[534] La coincidencia más plausible que hallamos en el censo de 1869 indica que Gregorio Delgao sería argentino y nacido en 1853/54.
[535] El domicilio aparece en la publicación *El Correo de los niños* del 03 de junio de 1877. También figura en Cangallo 76 y en Florida 109 (en 1879).
[536] La descripción detallada del reclutamiento forzado para la Guerra del Paraguay puede leerse en el sitio de internet http://www.lagazeta.com.ar/voluntarios.htm
[537] Este dato se menciona en el libro *Inmigración europea e industria: Uruguay en la región (1870-1915),* Alcides Beretta Curi, 2014.
[538] *Aguinaldo a la República Oriental. Propiedad y Tesoro de la República Oriental del Uruguay desde 1876 a 1881 inclusive. Obra Demostrativa, Administrativa, Reglamentaria Proteccional y Correctiva para el Futuro.* Por Constante G. Fontán É Illas, 1882. pp. 428-429.
[539] La publicidad apareció en el periódico *La Aurora* del 21 de septiembre de 1879. Hemos hallado otro aviso posterior publicado en *La Cotorra* el 12 de octubre del mismo año.

[540] En 1853/4 se establece la Cigarrería del Buen Fumar de M. A. Piccaluga e Hijo; en 1878 se publicita como “casa especial en cigarrillos habanillos y tabaco negro”, expendio al menudeo en 15-San Martín, Piedad 120, Buenos Aires. Libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz. Versión electrónica disponible en www.cpcca.com.ar.
[541] El comentario salió publicado en *El Cascabel* el día 30 de marzo de 1892.
[542] *Fallos y disposiciones de la Excelentísima Cámara de Apelaciones de la Capital*, Tomo I, Quinta Serie, Buenos Aires, 1895, pp. 364-370.
[543] Todos los datos de la familia Marengo fueron obtenidos de los registros de los censos de 1855 y 1869 del sitio de internet https://www.familysearch.org.
[544] *Anuario General del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración de Buenos Ayres*. 1854-1855
[545] La dirección de la cigarrería de Marengo aparece en el *Diccionario de Buenos Aires ó sea Guía de Forasteros*, Antonio Pillado, Imprenta del Porvenir, Buenos Aires, 1864. Luego de 1881 es citada hasta 1885 en el *Anuario del Comercio* de Bailly-Bailliere, aunque la fecha de 1885 hay que tomarla con cuidado porque varias ediciones de esta guía repetían sin actualizar lo que se había publicado el año anterior.
[546] Libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz. Versión electrónica disponible en www.cpcca.com.ar.
[547] El aviso de los cigarrillos GREVY salió publicado en *El Eco de la Exposición* el 01 de mayo de 1882.
[548] Hemos encontrado una única ficha censal que es compatible con la edad, el origen y la residencia de Ambrosio Chacón. En 1895 aparece radicado en Colonia Esperanza, Santa Fe, dedicándose al comercio, pero figura una hija suya nacida en Buenos Aires en 1880, lo que sugiere que se trata del cigarrero que estuvo viviendo en la capital argentina. Deducimos que estuvo en nuestro país al menos desde comienzos de la década de 1870 porque en 1895 llevaba 22 años de casado y su esposa era oriunda de Mahón, en las Islas Balerares, lo que sugiere fuertemente que el matrimonio se realizó en nuestro país.
[549] Las dos publicidades de *La Cotorra* aparecieron en las ediciones del 26 de octubre de 1879 (solo contiene texto) y el 04 de noviembre del mismo año (con la ilustración).
[550] Estos datos se deducen de las actas de bautismo de cuatro de los hijos del matrimonio Celery-Dirube nacidos entre 1889 y 1896.
[551] La publicidad de *La Cotorra* apareció en la edición del 12 de octubre de 1879.
[552] El aviso comercial de La Doncella salió publicado en *La Broma* el 06 de marzo de 1881.
[553] La publicidad apareció en la revista *La Cotorra* el 12 de octubre de 1879.
[554] Nota de la *Guía Kunz* de 1885. La numeración en la calle Balcarce está duplicada en el costado de los números impares entre las calles siguientes: Desde la Plaza Victoria, sigue la nomenclatura con regularidad hasta la esquina de San Lorenzo que marca el N° 309, parando en la calle San Lorenzo al Sud retrocede la nomenclatura al N° 249, repitiéndose así los anteriores. Desde Venezuela hasta la calle Estados Unidos los números se encuentran duplicados en diferentes cuadras en la misma calle Balcarce.
[555] El resumen se basa en el artículo *Un viaje en el tiempo….la historia del Gas Natural en Argentina. Algunos hechos y personajes que hicieron grande la historia de la industria del gas natural*, Fernando E. Risuleo, 2015.
[556] Consultamos al Dr. Dévrig Mollès, Director del Archivo de la Gran Logia Argentina sobre la posible pertenencia de Traveso a alguna Logia y su respuesta fue: “La imagen contiene múltiples símbolos masónicos sin lugar a dudas. Me resulta imposible determinar un vínculo institucional. Lo probable es que el fabricante integrara una logia. Mi intuición me dice que quizás gravitaba en los medios republicanos españoles que existían en el Caribe y en el Río de la Plata entre otros”.
[557] Datos tomados de la página de internet http://www.masoneria-argentina.org.ar.
[558] El aviso de La Bella Porteña apareció publicado en *El Aspirante* del 18 de junio de 1882.
[559] Juan Domenech. *Historia del Tabaco. Universalidad de sus Industrias y Comercio*. Buenos Aires, 1941. p 113.
[560] Los datos sobre Fernando de Magallanes fueron tomados de https://es.wikipedia.org/wiki/Fernando_de_Magallanes.
[561] La imagen del periódico aparece en https://www.tebeosfera.com/publicaciones/charanga_la_1857_villergas.html.
[562] En los registros bautismales hallamos las actas de dos hijos de Peñalva, quien estaba casado con Inés Bilbao. En 1878 vivía en Independencia 554 y en 1880 en Belgrano 342.
[563] José, M. Niño, *Mitre: su vida íntima, histórica, hechos, reminiscencias, episodios y anécdotas militares y civiles*, 1906. Anécdotas civiles, p. 175.
[564] Los datos genealógicos de Francisco Brabo, su fotografía y una historia autobiográfica realmente increíble de su vida en Sudamérica aparecen en http://genealogiafamiliar.com/getperson.php?personID=I4225&tree=BVCZ
[565] Francisco Javier Brabo. *Atlas de cartas geográficas de los países de la América Meridional en que estuvieron situadas las más importantes misiones de los jesuitas*. Madrid, 1872. Compró y donó a España más de 30.000 papeles de los archivos de los jesuitas extrañados de América. Ya era comendador de Isabel La Católica, y fue entonces recomendado a la Cruz de Caballero de Carlos III.
[566] W. R. Solveyra. *El Avisador*, 1862.
[567] En los registros censales de 1895 hallamos a un Francisco Bernárdez de 24 años de edad, comerciante, que estaba domiciliado en la sección 1, subdivisión 2, que incluye a la dirección Leandro N. Alem 674. Este dato es coincidente con los registros de migraciones que dan como fecha de nacimiento el año 1870.

[568] Datos tomados de la publicidad aparecida en el *Almanaque Gallego* de 1911, página 2236.
[569] La calle Paseo de Julio cambió su nombre por Leandro N. Alem a fines de 1919. En esa misma dirección actualmente hay un conjunto de locales comerciales lindantes con el Ministerio de Trabajo.
[570] Los avisos de esta cigarrería aparecieron en los Nº 1 al 10 de *Caras y Caretas* a fines de 1898.
[571] Los datos biográficos de B. de Irigoyen fueron tomados de http://es.wikipedia.org/wiki/Bernardo_de_Irigoyen.
[572] Artículo parecido en el Nº 131 de la revista *Caras y Caretas* del 06 de abril de 1901.
[573] Revista *P.B.T.* 27 de enero de 1906.
[574] La publicidad apareció en el *Almanaque Gallego* de 1907, página 1374.
[575] El texto fue tomado de la publicidad aparecida en el *Almanaque Gallego* de 1905, página 999.
[576] 6º Congreso Asociación Argentina de Especialistas en el Estudio del Trabajo, Bs. As. 2003, *La Industria Gráfica en la Argentina: Situación Durante la Primera Guerra Mundial (1914-1918)*, Damián Andrés Bil.
[577] Según datos tomados del sitio de arribo de inmigrantes www.cemla.com en 1906 llegaron al país el mismo día y en el mismo barco, procedentes de Villagarcía en Galicia, dos Luis Bernárdez, uno de 5 años de edad que coincide con la edad que tendría Paco Bernárdez y otro de 36 años, quien probablemente haya sido su padre. En la referencia siguiente se menciona que Paco Bernárdez viajó varias veces a Galicia siendo niño, así que estos datos indican que su padre nació alrededor de 1870, tal cual comentamos al principio de la descripción de esta firma tabacalera.
[578] http://estudiosgenealogicos.wordpress.com/2010/01/06/paco-luis-bernardez-6/#_edn24.
[579] Estos datos aparecen en el *Boletín Oficial* del 18 de noviembre de 1925, p. 549, y del 01 de febrero de 1934, p. 10, "deudores incobrables".
[580] Los dos artículos aparecieron en los Nº 581 y 588 de la revista *Caras y Caretas*.
[581] El aviso fue publicado en la revista *El Mosquito* del 23 de agosto de 1891. *El Mosquito* era un semanario dominical que apareció por primera vez en 1863. Es considerada como la primera revista con humor político nacional y se publicó hasta el año 1893.
[582] Dice la leyenda que el dios Zeus (Júpiter para los romanos), casado con su hermana la diosa Hera, le fue infiel en muchas ocasiones. Leda era una princesa de Etolia y estaba casada con Tindáreo. Zeus se enamoró de ella y convertido en cisne simuló huir de un águila, refugiado en el regazo de Leda logró vencer su resistencia con caricias y tuvo amores con ella. Leda también tuvo relaciones con su marido esa misma noche. Según la leyenda, Leda puso dos huevos, de uno de ellos nacieron los hijos de Zeus: Helena, que va a ser la causante de la guerra de Troya por el rapto de Paris, y Pólux, uno de los Dioscuros; del otro huevo nacieron los hijos de Tíndareo, Cástor, el otro de los Dioscuros, y Clitemnestra que acabará por ser la esposa del rey griego Agamenón, héroe de la guerra de Troya, a quien matará.
Este relato mitológico fue representado por decenas de artistas, en pinturas y esculturas de los más variados estilos, incluyendo varios de los más famosos de la historia como Leonardo, Michelangelo, Rafael, Tintoretto, Rubens, Dalí, Matisse y Botero. En el sitio de internet http://www.historia-del-arte-erotico.com/jupiter_leda/home.htm se muestran varias decenas de pinturas y esculturas en las que representa la historia de Júpiter y Leda.
[583] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de Madrid, de las Provincias, de Ultramar, y de los Estados Hispano-Americanos, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Extranjeros*. Bailly-Bailliere, 1894. p. 3005.
[584] Libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz. p. 41
[585] En el Nº 257 de *Caras y Caretas* del 05 de septiembre de 1903 aparece un aviso en el que se menciona que los cigarrillos DIVA llevan nueve meses en circulación.
[586] El aviso, que fue coloreado digitalmente, salió publicado en el Nº 243 de la revista *Caras y Caretas* del 30 de mayo de 1903.
[587] Las figuritas de los cigarrillos DIVA han sido tomadas del libro *Buenos Aires 1910: Memoria del Porvenir*, publicado por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, la FADU- UBA y el IIED-AL en 1999. pp. 226-227
[588] La publicidad de las tres damas es del Nº 592 del 05 de febrero de 1910 y la otra del Nº 652 del 01 de abril de 1911, ambas de *Caras y Caretas*.
[589] La referencia aparece al principio del capítulo uno, denominado *Los Ladrones*, y puede leerse en el sitio de internet http://es.wikisource.org/wiki/El_juguete_rabioso.
[590] Existe un sitio de internet http://operabase.com en el que se listan los autores de ópera más representados. El ranking de las últimas cinco temporadas es encabezado por Verdi, seguido por Mozart y Puccini.
[591] Estos datos fueron tomados del sitio de internet http://es.wikipedia.org/wiki/Emperador_romano.
[592] En el sitio http://www.cemla.com se consigna el arribo a Buenos Aires de un único Otto Melchers el 01 de mayo de 1901, con 24 años de edad. Era de profesión negociante, nacionalidad alemana y religión católica. Estos datos indican que su nacimiento fue en 1876 o 1877, es decir que en 1896, año de fundación de la fábrica Tres Coronas hubiera contado con sólo 20 años. De tratarse del tabaquero, este registro debe corresponder a un viaje posterior a su primer ingreso al país. No hallamos datos de Otto F. Melchers en las fichas censales ni en los registros de la Iglesia. El retrato del creador de los TRES CORONAS salió publicado en el Nº 48 de la revista *El Gladiador* del 31 de octubre de 1902.
[593] La publicidad gráfica es del Nº 326 de *Caras y Caretas* del 01 de enero de 1905.
[594] El artículo periodístico salió publicado en el Nº 275 de *Caras y Caretas* del 09 de enero de 1904.
[595] La publicidad sobre el canje de bonos apareció en el Nº 370 de *Caras y Caretas* del 04 de noviembre de 1905.

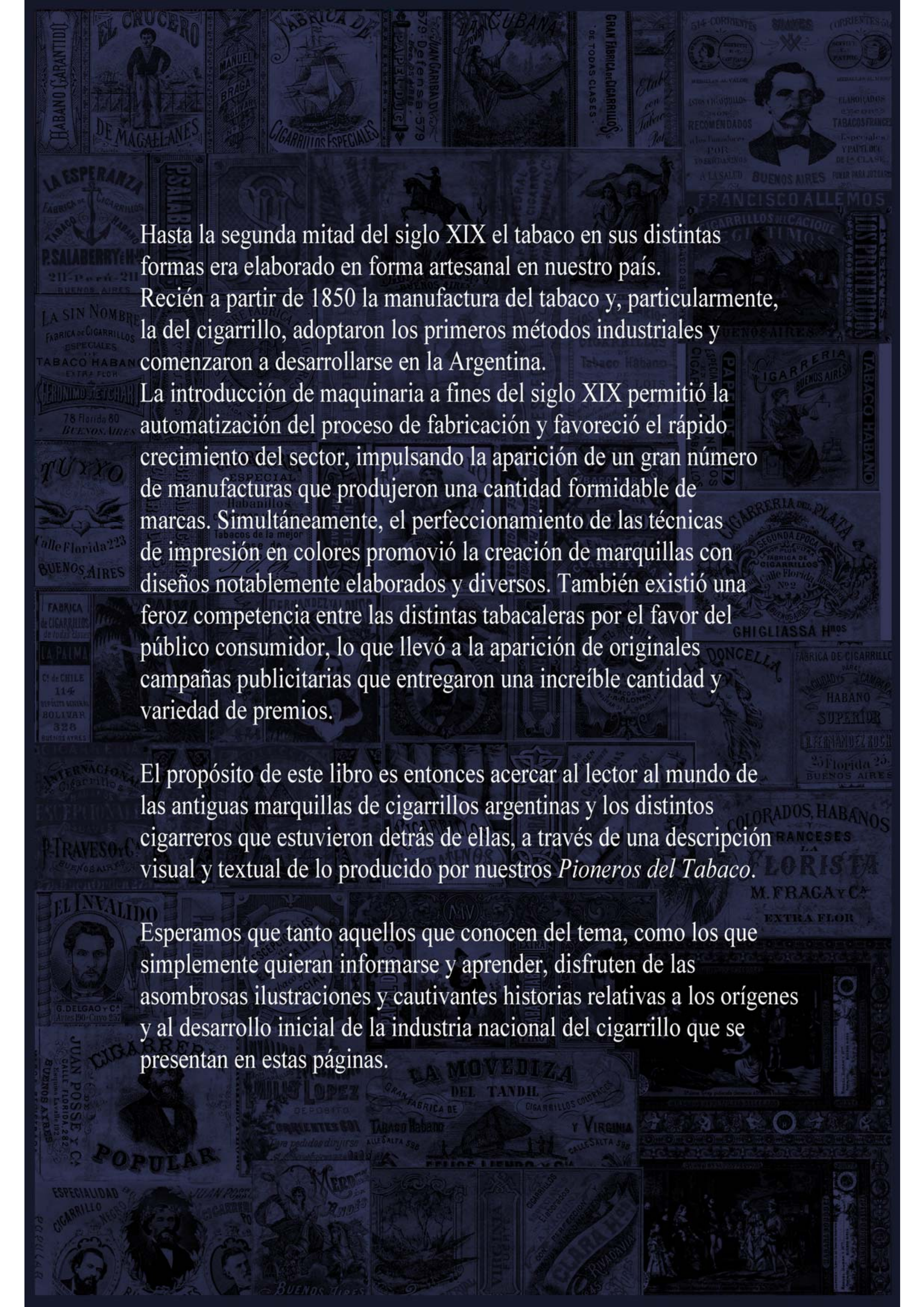
[596] *Boletín Oficial* del 21 de junio de 1911 y del 15 de noviembre de 1915, Melchers, Otto F. – Causa Fiscal, Expediente 4247-C-915.
[597] El artículo apareció en el Nº 532 de la revista *Caras y Caretas* del 12 de diciembre de 1908.
[598] La copia del certificado fue publicada en el Nº 538 de *Caras y Caretas* del 23 de enero de 1909.
[599] Los datos biográficos de Carlos Pellegrini fueron tomados de http://es.wikipedia.org/wiki/Carlos_Pellegrini.
[600] La última publicidad de los cigarrillos TRES CORONAS y NEÁPOLIS en *Caras y Caretas* apareció en el Nº 675 del 09 de septiembre de 1909.
[601] En el balance de la compañía de seguros La Buenos Aires del año 1894, aparece el pago de un siniestro en abril de 1893 a Juister, Hormann y Meier. Dato aparecido en el *Boletín Oficial* del 22 de mayo de 1894. En el mismo medio del 03 de abril de 1895 sale publicada la negativa de la devolución de impuestos a los mismos socios que habían sido pagados por la importación de tabaco Virginia.
[602] Las imágenes fueron tomadas del sitio de internet http://www.todocoleccion.net.
[603] *La Nación*, Buenos Aires, 12 de marzo de 1891.
[604] *Sexo-s en el lupanar: Un documento fotográfico (circa 1940),* Dora Barrancos; Ricardo Ceppi, 2005. Disponible en http://dx.doi.org/10.1590/S0104-83332005000200013.
[605] Las contratapas pertenecen a los Nº 308, 314, 322 y 326 de *Caras y Caretas* cubriendo el período de agosto de 1904 a enero de 1905.
[606] La publicidad apareció en el Nº 304 de *Caras y Caretas* del 30 de julio de 1904.
[607] El aviso fue tomado del *Almanaque Gallego* del año 1907, página 1374.
[608] El dato aparece en el *Boletín Oficial* del 12 de octubre de 1906, en donde se les niega la cesión de derechos de explotación forestal que pertenecían a otra sociedad.
[609] El dato figura en el *Boletín Oficial* del 18 de octubre de 1913.
[610] No pudimos hallar los nombres de pila de García y de Regueira por lo que no tenemos sus datos biográficos. En el caso de Regueira, existen unos 70 registros en la ciudad de Buenos Aires con ese apellido. Entre todos ellos identificamos a José Regueira, un inmigrante español nacido en 1865/66, que se dedicaba al comercio y vivió en Castelli 263, a unas pocas cuadras de la fábrica de los SIGLO XX.
[611] Para una descripción más extensa puede visitarse el sitio http://www.hablemosdehistoria.com.ar/mitre.html.
[612] La publicidad que se presenta es del Nº 176 de *Caras y Caretas* del 15 de febrero de 1902.
[613] La publicación de las bases y condiciones apareció en el Nº 580 de *Caras y Caretas* del 13 de noviembre de 1909.
[614] La copia del fallo del jurado apareció en el Nº 592 de *Caras y Caretas* del 05 de febrero de 1910.
[615] Las bases y condiciones del concurso para el monumento del General Mitre aparecieron en el Nº 455 de *Caras y Caretas* del 22 de junio de 1907.
[616] *Las calles de Buenos Aires, sus nombres desde la fundación hasta nuestros días*, Alberto Gabriel Piñeiro, Instituto Histórico de la Ciudad de Buenos Aires, 2003.
[617] Las bases y condiciones del concurso aparecieron en el Nº 407 de *Caras y Caretas* del 07 de julio de 1906.
[618] La nota de la sección "Viajeros del tiempo" apareció en el diario *La Capital* de Rosario el miércoles, 30 de septiembre de 2009 con la firma de Guillermo Zinni.
[619] Las dos adivinanzas aparecieron en los Nº 587 y 591 de *Caras y Caretas* de enero de 1910.
[620] Los avisos aparecieron en los Nº 404, 406 y 412 de *Caras y Caretas* a mediados de 1906.
[621] Dato tomado de http://www.todohistorietas.com.ar/historia_argentina_1.htm.
[622] *Commercial Directory of the American Republics*, Joseph J. Smith, Washington, Government Printing Office, 1897.
[623] El aviso de los cigarrillos PIERROT apareció en el Nº 49 de *Caras y Caretas* del 09 de septiembre de 1899.
[624] La publicidad apareció en el Nº 71 de la revista *Caras y Caretas* del 10 de febrero de 1900.
[625] El dato sobre el primer teléfono del país aparece en http://www.saber.golwen.com.ar/htelefono.htm.
[626] La publicidad de Ariza que mostramos apareció en el Nº 512 de *Caras y Caretas* del 25 de julio de 1908.
[627] La historia fue adaptada de la publicación que aparece en http://unacuriosahistoria.blogspot.com.ar.
[628] La publicidad fue tomada del Nº 516 de la revista *Caras y Caretas* del 22 de agosto de 1908.
[629] El nombre de este barrio en General Rodríguez fue cambiado por Ordenanza Municipal Nº 381/75.
[630] El dato fue tomado de un aviso aparecido en el Nº 314 de *Caras y Caretas* del 08 de octubre de 1904.
[631] La publicidad fue tomada del sitio de internet http://josefigueroaalcorta.webnode.es.
[632] El balance del segundo ejercicio de la Sociedad Anónima La Unión salió publicado en el *Boletín Oficial* del 20 de abril de 1909, p. 968.
[633] Yovanna Pineda, Sources of Finance and Reputation. Merchant Finance Groups in Argentine Industrialization, 1890–1930. *Latin American Research Review*, vol. 41, Nº 2, junio 2006.
[634] La autorización para funcionar como sociedad anónima salió publicada en el *Boletín Oficial* del 18 de febrero de 1915, p. 250.
[635] El aviso apareció en el Nº 38 del 17 de enero de 1913 en la revista *Fray Mocho*.
[636] El llamado a asamblea extraordinaria de socios se publicó en el *Boletín Oficial* del 07 de diciembre de 1917.
[637] El nuevo domicilio de la firma de Ariza y la composición del directorio aparecen en el balance trimestral al 31 de enero de 1918 publicado en el *Boletín Oficial* el 30 de mayo de 1918.
[638] La resolución salió publicada en el *Boletín Oficial* del 30 de mayo de 1913.

[639] Este dato es mencionado por el Barón Emile B. d'Erlanger en una de las asambleas de accionistas de la Compañía Argentina de Tabacos, diario *The Times* del 04 de abril de 1914, p.20. Es corroborado por la presencia en el directorio de Fernando Rioja, fundador de la Compañía Chilena de Tabacos.
[640] Los datos biográficos de los miembros de la Compañía Tabacalera Argentina fueron tomados de *Historia del Jockey Club de Buenos Aires.* Jorge Newton-Lily Sosa de Newton Ediciones L.N. 1966; y también de *Jockey Club. Un siglo,* Manuel Mujica Lainez-Aldo Sessa, Ediciones Cosmogonías S.A. 1982.
[641] La imagen de los cigarrillos chilenos LA POUPÉE y la fecha de su fabricación fueron tomados del libro *Las Marcas de la Historia- Colección Antiguos Envases de Cigarrillos en Chile*, de Óscar Aedo Inostroza, Santiago, Chile 2006, ISBN 956310457-9.
[642] Publicidad aparecida en el Nº 835 de *Caras y Caretas* del 03 de octubre de 1914.
[643] El afiche de la versión chilena de LA MARINA aparece en el sitio http://www.carlosvazquezubeda.com.
[644] El aviso salió publicado en el Nº 1192 de *Caras y Caretas* del 06 de agosto de 1921.
[645] La solicitud de la marca fue presentada el 10 de octubre de 1910 correspondiéndole el acta Nº 31144. El 29 de octubre de ese mismo año aparece otra solicitud a nombre de Soly Borok con una etiqueta de similar diseño. La publicidad de los cigarrillos ORO fabricados por la Compañía Cooperativa de Cigarrillos apareció en el Nº 635 de *Caras y Caretas* del 06 de diciembre de 1910.
[646] La publicidad de los ORO de 40 centavos apareció en el Nº 801 de *Caras y Caretas* del 07 de febrero de 1914.
[647] La imagen de la caja de ORO de lujo apareció en el Nº 818 de *Caras y Caretas* del 06 de junio de 1914.
[648] Desde agosto hasta octubre de 1915 se publicaron 10 avisos en *Fray Mocho* para informar sobre los premios que podían obtenerse a cambio de los cupones que traían los atados.
[649] En el *Boletín Oficial* del 17 de agosto de 1916 se publicó la convocatoria a asamblea ordinaria para, entre otras cosas, proceder a la renovación de los directores titulares Fernando Rioja y Benito Villanueva.
[650] Los datos de Fernando Rioja pueden consultarse en https://es.wikipedia.org/wiki/British_American_Tobacco_Chile. También hay una detallada descripción sobre sus actividades comerciales en el trabajo de tesis doctoral *Las relaciones entre España y Chile 1900-1936,* de Juan Luis Carrellán Ruiz, 17 de noviembre de 2008
[651] Publicado en el *Boletín Oficial* del 07 de diciembre de 1917.
[652] Publicado en el *Boletín Oficial* del 30 de mayo de 1918.
[653] Los datos históricos sobre la creación de la BAT y su establecimiento en la Argentina fueron tomados del sitio http://www.bat.com y de la referencia Howard Cox. *The Global Cigarette: Origins and Evolution of British American Tobacco, 1880-1945*. Oxford University Press, 2000.
[654] El aviso apareció en el Nº 1 de la revista *Fray Mocho* del 03 de mayo de 1912.
[655] En el libro de Howard Cox. *The Global Cigarette: Origins and Evolution of British American Tobacco, 1880-1945*. Oxford University Press, 2000, se menciona que Whishaw era un joven de solo 22 años de edad en 1912. Sin embargo en la base de datos de entrada de inmigrantes a la Argentina, www.cemla.com, aparece ingresado en el barco Amazon desde Southampton el 02 de septiembre de 1912 con 32 años de edad. Figura como inglés de origen, casado y de religión protestante. Estos datos son coincidentes con los publicados por Joseph Foster en *The royal lineage of our noble and gentle families. Together with their paternal ancestry* (1884) en donde se da como fecha de nacimiento el mes de agosto de 1880. Whishaw falleció en Surrey, Inglaterra el 13 de octubre de 1946.
[656] Si bien en los balances de la empresa figura como fecha de autorización el 09 de agosto de 1913, el decreto presidencial (firmado por el presidente Sáenz Peña) que autoriza el funcionamiento de la sociedad anónima tiene fecha del 17 de abril de 1913. El dato apareció en el *Boletín Oficial* del 25 de abril de 1913.
[657] Los datos de la composición accionaria de la Compañía Nacional de Tabacos fueron tomados del reporte *Historical Record of British American Tobacco Company Limited and Associated Companies*, London 1924. Disponible en http://legacy.library.ucsf.edu/tid/eey15a99/pdf.
[658] Las publicidades de las figuritas de seda de los cigarrillos MISTERIO aparecieron entre los Nº 871 al 879 de la revista *Caras y Caretas* a medados de 1915.
[659] Aviso aparecido en el Nº 887 de *Caras y Caretas* del 02 de octubre de 1915.
[660] Los avisos de MISTERIO en la revista *Fray Mocho* comenzaron en el Nº 76 del 10 de octubre de 1913 y dejaron de aparecer en el Nº 163 del 11 de junio de 1915.
[661] *Poder político y acción privada en el agro argentino. La industria tabacalera (1900-1950)* Noemí M. Girbal-Blacha, Estudios Avanzados II, pp. 49-78 (2009).
[662] El aviso de los cigarrillos YELMO de 20 y 30 centavos fue adaptado de la publicidad aparecida en el Nº 128 de la revista *Fray Mocho* el 09 de octubre de 1914.
[663] Publicidad tomada del Nº 893 de *Caras y Caretas* del 13 de noviembre de 1915.
[664] Datos tomados del artículo *Hacia un Siglo de Historia con Títulos de Nobleza*, de Rodrigo Alcorta aparecido en *Todo es Historia*, Nº 313, Agosto 1993.
[665] La convocatoria a asamblea extraordinaria salió publicada en el *Boletín Oficial* del 12 de julio de 1935.
[666] La publicidad de los cigarrillos JOCKEY CLUB fabricados por Auger y Cía. aparece por primera vez en la revista *Caras y Caretas* en el Nº 348 del 03 de junio de 1905.
[667] La historia de Massalin y Celasco es un resumen casi literal tomado del libro editado con motivo de los 75 años de la empresa. Sólo tuvimos acceso a la versión en inglés *History of Tobacco and Tobacco in History*, cuya versión digital está disponible en el sitio http://legacy.library.ucsf.edu/tid/qya44e00/pdf

[668] El aviso de los cigarros CURIOS apareció en el Nº 446 de *Caras y Caretas* del 20 de abril de 1907.
[669] Los datos históricos aparecen en la página del club, http://www.clubmassalin.com.ar/index.php.
[670] Los datos de la familia Castelli fueron extraídos del libro *Historia del Cultivo de Tabaco en Salta*, escrito por el Ingeniero Marcelo A. Rodríguez Faraldo y el Ingeniero Hugo O. Zilocchi. La obra puede leerse libremente en el sitio http://www.ctsalta.com.ar/info/libro-tabaco-web.pdf
[671] Las imágenes son del libro *Estadística gráfica. Progreso de la República Argentina en la exposición de Chicago de 1893* y aparecen reproducidas en el sitio www.biblioatiliocornejo.gov.ar/1893.htm.
[672] La publicidad del diario *La Razón* de Salta es del 05 de febrero de 1896.
[673] Los datos fueron tomados de la publicación *El Tabaco – Revista de precios corrientes de la Compañía Argentina de Tabacos*, año I, Nº 9, de septiembre de 1918.
[674] Los datos sobre el Comité del Comercio figuran en https://es.wikipedia.org/wiki/Comit%C3%A9_del_Comercio.
[675] La biografía de Rogelio Martínez Garzón y de varios miembros de su familia, puede consultarse en el sitio de internet: http://historiapolitica.com/datos/cehp/elencosm.pdf
[676] Los datos sobre la firma Peirano fueron personalmente recabados por el autor en una visita al Museo Chervo, Francia 187, San Nicolás de los Arroyos, Buenos Aires.
[677] Los datos de la familia Peirano fueron tomados del sitio de internet https://www.familysearch.org.
[678] Los detalles sobre la historia de la Sociedad Tabacalera del Sud fueron recuperados de un audio disponible en el sitio de internet http://www.omar-alonso.com.ar.
[679] El aviso apareció en el Nº 788 de la revista *Caras y Caretas* del 08 de noviembre de 1913.
[680] Los datos de la Tabacalera Costa Sud fueron tomados de *Historia de la industria de Bahía Blanca 1828-1930*. María Ebelia Rey, Delia Errazu de Mendiburi, Norma B. Abraham. pp 148-149.
[681] El dato aparece en la publicación *Memoria Presentada a la Honorable Legislatura por el Ministro de Gobierno Dr. José Osvaldo Casas,* La Plata 1924.
[682] *Centenario de Bahía Blanca. Homenaje de La Nueva Provincia en el primer centenario de la fundación de Bahía Blanca*, 1828 - 11 abril - 1928. p.501.
[683] La publicidad a color fue tomada de la contratapa del Nº 66 de la revista *Caras y Caretas* del 6 de enero de 1900.
[684] El dato aparece en la edición del *Boletín Oficial* del 30 de julio de 1913 cuando se registra la marca GARUFA (acta Nº 41936) en la clase 18, correspondiente a artículos y material de imprenta, librería, papelería, litografía, encuadernación, cartonería, dibujo, etc.
[685] El aviso de la inauguración de la cigarrería Colón de Isidro García fue publicado en el diario *La Razón* de Rosario el 26 de abril de 1892.
[686] Las fichas del censo santafesino de 1887 pueden accederse en el sitio https://www.santafe.gob.ar/censo1887.
[687] Los datos aparecen en un aviso del diario *La Razón* de Rosario del 20 de abril de 1893. Allí se indican los precios de los cigarrillos, válidos desde septiembre de 1892.
[688] Existen varios registros migratorios de la familia Maskivker a Brasil en las décadas de 1950 y 1960, tanto de los hijos de Moisés como de Abraham Maskivker. Consultar el sitio www.familysearch.org
[689] Ver el sitio de internet http://www.callesderosario.com.ar/index2.html.
[690] La llegada de la familia Julierac a la Argentina se deduce por la fecha de nacimiento de sus hijos que figura en la ficha censal del año 1895. María (y los hijos anteriores) nació en 1887 en Uruguay y Mercedes en 1888 en Santa Fe.
[691] La historia de la litográfica de Juan Ferrazini puede encontrarse en el sitio de Internet del diario rosarino *La Capital* http://archivo.lacapital.com.ar/2004/06/06/ciudad/noticia_105970.shtml
[692] El dato aparece mencionado en el sitio de internet http://www.cronicasdelaemigracion.com/content/print/diciembre-nacia-centro-asturiano-santa-fe/2008092313173714331.
[693] El dato aparece en el Proyecto de Declaración S-3359/08 del Senador de la Nación C. Reutemann.
[694] Tomado del artículo aparecido en http://www.zonacolon.com *Eduardo Torrieri: Un inmigrante italiano que trabajó mucho y progresó en Colón.*
[695] En el texto tomado de internet figura Miguel Enrique Seoane. Sin embargo en el registro de la marca ENTRE RÍOS aparece el nombre de Manuel Enrique Seoane. Desconocemos si se trata de dos personas distintas o hubo un error en la redacción del artículo.
[696] La foto actual de la fachada del edificio de La Honradez en la calle Sourigues 27 de la ciudad de Colón, Entre Ríos, fue tomada de la página de internet https://www.facebook.com/ColonDeAntes.
[697] Tomado del sitio de internet de *El Diario*, de Paraná del 14 de mayo de 2011. La autoría corresponde al periodista Jorge Riani.
[698] En el artículo de Riani figura que el nombre de la esposa de Reviriego era Antonia. Por los datos que aparecen en las fichas censales, de matrimonio y de bautismo es claro que el nombre de su esposa era Juana.
[699] En la nota de Riani se entrevistó a la profesora Dora Aeberhard de Izaguirre, bisnieta de Antonio Reviriego padre.
[700] Segundo Censo Nacional de 1895, Tomo 1053, ciudad de Gualeguaychú. http://www.genealogiaentrerios.com. La "z" en lugar de la "s" en el apellido Casaretto probablemente se trate de un error del censista.
[701] Los datos que se mencionan aparecen en el sitio www.cuadernosdegchu.com.ar.
[702] Los datos sobre la localidad de La Toma aparecen en http://www.municipios.sanluis.gov.ar.
[703] En la ficha censal de 1895 figura que todos sus hijos son españoles y su hija menor nació en 1882, de donde se deduce que tiene que haber llegado a la Argentina luego de esa fecha.

[704] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de España, Ultramar, Estados Hispano-Americanos y Portugal, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Nacional y Extranjera*. Bailly-Bailliere, año 1894, p. 3005.
[705] Los datos fueron tomados de la publicidad aparecida en el Nº 639 de *Caras y Caretas* del 31 de diciembre de 1910.
[706] Dato tomado del sitio http://www.cpcca.com.ar/tool_box/Onassis.pdf.
[707] *Anuario del Comercio, de la Industria, de la Magistratura y de la Administración. Directorio de las 400.000 Señas de España, Ultramar, Estados Hispano-Americanos y Portugal, con Anuncios y referencias al Comercio e Industria Nacional y Extranjera*. Bailly-Bailliere, 1894, p. 3005,
[708] La ficha censal corresponde a la sección policial Nº 8 que incluye tres cuadras de la calle Belgrano, desde Sáenz Peña (altura Belgrano 1500) hasta Entre Ríos (altura 1800). En la entrada correspondiente a Hevía está anotado B.1800, sugiriendo que se trata de la dirección de su domicilio.
[709] *Inmigración europea e industria. Uruguay en la región (1870-1915).* Alcides Beretta Curi, Montevideo, Uruguay, 2012. p. 97.
[710] *Inmigración europea e industria. Uruguay en la región (1870-1915).* Alcides Beretta Curi, Montevideo, Uruguay, 2012. p. 104.
[711] La ficha censal de la familia Otero corresponde a la sección 19, subdivisión 12 que abarcaba la zona del barrio de Barracas en donde estaba situada la cigarrería. Allí se indica que Otero era español de 36 años y de oficio cigarrero. Estaba casado con la uruguaya Elvira Lista con quien había tenido 5 hijos.
[712] Los avisos de los HABANEROS aparecieron entre los Nº 371 y 388 de *Caras y Caretas* desde noviembre de 1905 a marzo de 1906.
[713] *Anuario estadístico de la Ciudad de Buenos Aires, año XV, 1905*. Buenos Aires, Compañía Sudamericana de Billetes de Banco.
[714] Aviso aparecido en el Nº 365 de la revista *Caras y Caretas* del 30 de septiembre de 1905.
[715] La publicidad de los cigarrillos INTRANSIGENTES apareció en números sucesivos de la revista *Fray Mocho* desde el 31 de diciembre de 1915 hasta el 10 de marzo de 1916.
[716] Hallamos una patente para cigarrillos autoencendibles en Estados Unidos de febrero de 1882 a nombre de Wolf Salomon Nº 253892, aunque es probable que haya inventos más antiguos.
[717] Las bases del concurso aparecieron por primera vez en el Nº 1141 de *Caras y Caretas* del 14 de agosto de 1920.
[718] El aviso salió publicado en el Nº 1165 de *Caras y Caretas* del 29 de enero de 1921.
[719] La primera publicidad de los cigarrillos SAN MARTÍN apareció en el Nº 527 de la revista *Caras y Caretas* del 07 de noviembre de 1908.
[720] La ilustración fue tomada del Nº 534 de la revista *Caras y Caretas* del 26 de diciembre de 1908.
[721] Así aparecía calificada en el aviso del Nº 300 de la revista *Caras y Caretas* del 02 de julio de 1904.
[722] La ilustración del paquete de BANQUEROS fue tomada del N° 114 de *Pebete* del 19 de enero de 1907.
[723] El aviso de los cigarrillos BANQUEROS fue coloreado digitalmente a partir de la imagen que aparece en el Nº 64 de la revista *Pebete* del 09-dic-1905.
[724] El aviso se publicó en el Nº 255 de *Caras y Caretas* del 22 de agosto de 1903.
[725] Ver el Nº 79 de la revista *Caras y Caretas* del 07 de abril de 1900.
[726] En *Caras y Caretas* aparecieron avisos en los Nº 260 y 268 de fines de 1903.
[727] Los avisos salieron en los Nº 342, 345 y 347 de *Caras y Caretas* en abril y mayo de 1905.
[728] El aviso comercial apareció en el Nº 65 de *Caras y Caretas* del 30 de diciembre de 1899.
[729] La extensa biografía de Clodomiro Urtubey puede consultarse en http://es.wikipedia.org/wiki/Clodomiro_Urtubey.
[730] Hemos registrado 27 avisos en *Caras y Caretas* entre los Nº 339 y 438 de abril de 1905 a febrero de 1907 y solo 5 publicidades en *Pebete* en aproximadamente el mismo período.
[731] Los resultados del concurso aparecen publicados en el Nº 256 de *Caras y Caretas* del 29 de agosto de 1903.
[732] La imagen de la versión chilena aparece en el libro *Las Marcas de la Historia- Colección Antiguos Envases de Cigarrillos en Chile*, pág. 55, de Óscar Aedo Inostroza, Santiago, Chile 2006, ISBN 956310457-9.
[733] Los datos presentados fueron extraídos de los *Fallos de la Suprema Corte de Justicia Nacional con la relación de sus Respectivas Causas*, vol. XXXVIII, tercera serie tomo Octavo. 1890, causa CLVII "Juan Posse y Cía. contra León Durán, sobre falsificación de marca de fábrica". Tomado del sitio de internet de la Suprema Corte de Justicia de la Nación http://www.csjn.gov.ar/ de las microfilmaciones realizadas por la Universidad de Columbia, USA.
[734] Los textos de la demanda y de la presentación de la defensa están publicados en el libro *L´Estanco Italiano Ante los Tribunales Argentinos*, de Domingo Toro Zelaya. Buenos Aires Imprenta de La Nación 1898. Existe una versión digital libre en http://archive.org/details/elestancoitalian00toro.
[735] El fallo judicial completo puede leerse en *Sentencias Sobre Marcas de Fábrica y Patentes de Invención del Dr. Francisco B. Astigueta*, compiladas por Luis Rodríguez De La Torre, Secretario del Juzgado Federal en lo Criminal, Librería De Mayo, Chacabuco 25 Casa Editora, Buenos Aires, 1905.
[736] La imagen de la etiqueta de Papier Duc fue obtenida del sitio de internet http://cigpapers.co.uk.
[737] Libro *Manuel Malagrida, Los orígenes de la industria del cigarrillo en la Argentina*, por Juan José Ruiz. Cap. 27
[738] *Guía descriptiva de los Principales Establecimientos Industriales de la República Argentina,* de 1895, Director A. Fernández Burzaco. Obra patrocinada por la Unión Industrial Argentina. pp. 319-320.

[739] Gabriela de Coni, *Anales de La Sociedad Científica Argentina. Enero 1902. — entrega I. Higiene Industrial p. 158. Informe sobre las manufacturas de tabacos*.
[740] *El Perseguido*, 24 de julio de 1892.
[741] *El Perseguido*, 11 de noviembre de 1893.
[742] *El Perseguido*, 20 de marzo de 1892 (Posse), 10 de octubre de 1891 (La Bella Porteña), 24 de julio de 1895 (Prando), 27 de noviembre de 1892 (La Virginia), 07 de febrero de 1892 (La Abundancia),
[743] El artículo apareció en el Nº 162 de *La Protesta Humana* del 22 de febrero de 1902.
[744] El artículo apareció en el Nº 203 de *La Protesta Humana* del 14 de febrero de 1903.
[745] En el Nº 233 de *La Protesta Humana* del 10 de octubre de 1903 aparece una extensa nota firmada por Manuel Vázquez en la que se detalla minuciosamente las razones del boicot a las firmas de Durán, Posse y Malagrida.
[746] El artículo apareció en el Nº 165 de *La Protesta Humana* del 08 de marzo de 1902.
[747] El aviso fue publicado en *La Protesta* del 07 de julio de 1905.
[748] http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_antitabaco_en_la_Alemania_nazi.
[749] El aviso de las pastillas del doctor Pismar apareció en el Nº 157 de *Caras y Caretas* del 05 de octubre de 1901.
[750] La publicidad apareció en el Nº 181 de la revista *Caras y Caretas* del 22 de marzo de 1903.
[751] Los datos que presentamos sobre la relación entre el cigarrillo y el tango están basados en el artículo de Ricardo Ostuni aparecido en http://www.tangoreporter.com/nota-publicitarios.html. Ostuni es ensayista, investigador, y miembro de la Academia Porteña del Lunfardo, autor de *Repatriación de Gardel* y de varios de poemas lunfas.
[752] El dato aparece en el sitio http://www.todotango.com/spanish/creadores/spiana.asp. Existe, sin embargo, una referencia en el libro *Tango, melancólico testigo*, de Jorge Gottling, en la que se indica que *Sobre el pucho* obtuvo el primer premio de $1000.
[753] Estos datos aparecen en *De la integración vertical al mercado: el taller de artes gráficas de la Compañía General de Fósforos en las primeras décadas del siglo XX*, por María Silvia Badoza, Estudios Ibero-Americanos, PUCRS, v. XXXIV, Nº 2, pp. 13-30, dezembro 2008.
[754] En la página sobre el coleccionismo de vitolas de cigarros hay una muy buena recopilación de las distintas técnicas utilizadas para la impresión de estas etiquetas. De allí hemos tomado el material con el cual realizamos este breve resumen. http://www.jaberni-coleccionismo-vitolas.com.
[755] Aquellos que deseen conocer algo más sobre términos relacionados con la industria de los puros y cigarros de diversos tipos pueden consultar el diccionario de escrito por Rolando Hernández Páez, en el sitio http://www.guerrillero.cu.
[756] Dato tomado de http://forum.wordreference.com, con referencia a Diccionario Etimológico del Lunfardo de Oscar Conde.
[757] http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Glosario_del_lunfardo.



Hasta la segunda mitad del siglo XIX el tabaco en sus distintas formas era elaborado en forma artesanal en nuestro país.
Recién a partir de 1850 la manufactura del tabaco y, particularmente, la del cigarrillo, adoptaron los primeros métodos industriales y comenzaron a desarrollarse en la Argentina.
La introducción de maquinaria a fines del siglo XIX permitió la automatización del proceso de fabricación y favoreció el rápido crecimiento del sector, impulsando la aparición de un gran número de manufacturas que produjeron una cantidad formidable de marcas. Simultáneamente, el perfeccionamiento de las técnicas de impresión en colores promovió la creación de marquillas con diseños notablemente elaborados y diversos. También existió una feroz competencia entre las distintas tabacaleras por el favor del público consumidor, lo que llevó a la aparición de originales campañas publicitarias que entregaron una increíble cantidad y variedad de premios.

El propósito de este libro es entonces acercar al lector al mundo de las antiguas marquillas de cigarrillos argentinas y los distintos cigarreros que estuvieron detrás de ellas, a través de una descripción visual y textual de lo producido por nuestros *Pioneros del Tabaco*.

Esperamos que tanto aquellos que conocen del tema, como los que simplemente quieran informarse y aprender, disfruten de las asombrosas ilustraciones y cautivantes historias relativas a los orígenes y al desarrollo inicial de la industria nacional del cigarrillo que se presentan en estas páginas.